



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

#### **TRABAJO DE GRADO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO  
RECREATIVO EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI.**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**AUTORA:**

**Carrera Chulde Rosa Isabel**

**DIRECTOR:**

**Econ. Corrales Manuel**

**Ibarra, Julio 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**


El presente estudio busca implementar un centro recreativo en la ciudad de Mira, debido a que este lugar posee diversos atractivos turísticos, sin embargo carece de lugares de esparcimiento para la población, para lo cual aprovecha los recursos naturales existentes en la zona para brindar servicios de calidad a los pobladores del sector con el fin de que los clientes disfruten de un ambiente agradable y acogedor propicio para realizar actividades de recreación. El diagnóstico técnico situacional describe el contexto donde se desarrollará el proyecto, analizando los factores externos que tienen influencia en la empresa. En el segundo capítulo se realiza una investigación bibliográfica de las bases teóricas científicas necesarias para el desarrollo del proyecto. En el estudio de mercado a través de las encuestas se puede establecer la demanda potencial existente y el nivel de aceptación del servicio, así como las estrategias de mercado a utilizarse para captar a los clientes potenciales. Mediante el estudio técnico se determina la localización del proyecto, la infraestructura y la tecnología requerida, además se determina los recursos humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa, los cuales son indispensables para la puesta en marcha del proyecto. En el estudio económico financiero a través de los diferentes indicadores financieros se puede establecer la rentabilidad del proyecto, indicando resultados favorables para su puesta en marcha. Finalmente se realiza el análisis de los impactos que trae consigo la implementación del centro recreativo, siendo éstos positivos indicando de esta manera que es factible su implementación.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This study seeks to implement a recreational center in Mira city since that place has several tourist attractions; however, it lacks entertainment places for the population. It takes advantage of the natural resources existing in the area in order to provide high quality services for the local population so that clients can enjoy a pleasant and welcoming atmosphere propitious to perform recreational activities. The situational technical diagnosis describes the context where the project will be performed analyzing the external factor which influence on the enterprise. In the second chapter, a bibliographic research of the theoretical scientific bases is carried out necessary for the development of the project. In the market study, the existing potential demand can be established through surveys and the level of acceptance for the service as well as the market strategies to be used in order to capture the potential clients. By means of the technical study the location of the project is determined, as well as the infrastructure and the required technology, additionally, the necessary human resources are determined for the functioning of the enterprise which are indispensable to start the project. In the economic-financial study, the profitability of the project is established through the different financial indicators, showing favorable results for the start. Finally, the analysis of the impacts which might be caused by the implementation of the recreational center is performed. These impacts are positive showing this way that its implementation is feasible.

## AUTORÍA

Yo, Rosa Isabel Carrera Chulde, con C.I. 040178237-0 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



---


Rosa Isabel Carrera Chulde

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada: Rosa Isabel Carrera Chulde para optar por el Título de Ingeniera en Economía Mención Finanzas, cuyo tema es: Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro Recreativo en la Ciudad de Mira, Provincia del Carchi.

Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de abril de 2014



---

Eco. Corrales Manuel  
Director

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>Datos de Contacto</b>	
Cédula de Ciudadanía:	0401782370
Apellidos y Nombres:	Carrera Chulde Rosa Isabel
Dirección:	Luis Vargas Torres y Fray Vacas Galindo
Email:	roussc_44@hotmail.com
Teléfono:	0991751154

<b>Datos de la Obra</b>	
Título	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRECIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI
Autora	Carrera Chulde Rosa Isabel
Fecha:	24 de julio de 2014
<b>Solo para trabajos de grado</b>	
Programa:	Pregrado X      Posgrado
Título por el que opta:	Ingeniera en Economía Mención Finanzas
Asesor/Director:	Eco. Corrales Manuel

## 2. Autorización de Uso a Favor de la Universidad

Yo, Rosa Isabel Carrera Chulde, con cédula de identidad N° 040178237-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 144.

## 3. Constancias

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 días del mes de julio de 2014

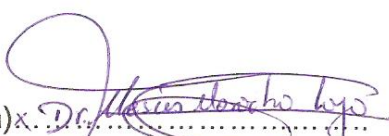
La Autora:

(Firma).....

Nombre: Rosa Carrera Chulde

C.C.: 040178237-0

Aceptación:

(Firma)x.....

Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Rosa Isabel Carrera Chulde, con cédula de identidad N° '4'1782370, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Economía Mención Finanzas en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Rosa Isabel Carrera Chulde

Cédula: 040178237-0

Ibarra, a los 24 días del mes de julio del 2014.



## **AGRADECIMIENTO**

El más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte por brindarme la oportunidad de terminar mis estudios superiores en tan prestigiosa institución.

A mis maestros por sus valiosos consejos y sabias enseñanzas compartidas.

Al Economista Manuel Corrales que con su profesionalismo supo guiarme en la culminación de mi trabajo de grado.

Rosa Carrera

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico a Dios porque con su infinito amor  
me ha guiado a lo largo de mi vida.

A mis padres por ser mi ejemplo a seguir y brindarme todo  
su amor y apoyo incondicional para cumplir mis metas.

A mi hijo que es mi inspiración y me da la fortaleza para  
seguir adelante en todo momento.

A mis hermanas por todo su cariño y motivación en los  
momentos más difíciles.

A mis abuelitos por sus valiosos consejos y sus palabras  
de aliento.

Rosa Carrera

## ÍNDICE DE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORÍA .....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR. ....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
DEDICATORIA .....	x
ÍNDICE DE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xxi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxiv
ANTECEDENTES.....	xxvii
CAPÍTULO I .....	30
1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL .....	30
1.1. Objetivos .....	30
1.1.1. Objetivo general.....	30
1.1.2. Objetivos específicos .....	30
1.2. Variables diagnósticas .....	30
1.3. Indicadores diagnósticos.....	31
1.4. Matriz de relación diagnóstica.....	32
1.5. Antecedentes diagnósticos .....	32
1.5.1. Reseña histórica .....	32

1.5.2.	Ubicación geográfica .....	34
1.5.3.	Superficie:.....	34
1.5.4.	Clima y altura .....	35
1.5.5.	División político administrativa.....	35
1.5.6.	Población .....	35
1.5.6.1.	Población por sexo .....	35
1.5.6.2.	Población por grupos de edad.....	36
1.5.6.3.	Población económicamente activa .....	36
1.5.6.4.	Población de familias de Mira.....	37
1.5.7.	Aspectos económicos .....	37
1.5.8.	Turismo .....	37
1.5.9.	Infraestructura básica .....	39
1.6.	Matriz AOOR.....	39
1.7.	Oportunidad de inversión .....	39
CAPÍTULO II .....		41
2.	MARCO TEÓRICO.....	41
2.1.	Empresa.....	41
2.1.1.	Clasificación de las empresas.....	41
2.2.	Tiempo libre .....	42
2.3.	Turismo .....	42
2.3.1.	Tipos de turismo .....	42
2.3.1.1.	El turismo interno:.....	43
2.3.1.2.	El turismo receptor .....	43
2.3.1.3.	El turismo emisor .....	43
2.3.2.	Tipos de visitantes .....	44
2.3.2.1.	Turista (visitante que pernocta) .....	44

2.3.2.2. Visitante del día (excursionista).....	44
2.4. Recreación.....	44
2.4.1. Tipos de recreación .....	45
2.4.2. Clasificación según la frecuencia.....	46
2.5. Centro recreativo.....	46
2.5.1. Funciones del centro recreativo.....	47
2.6. Deporte recreativo.....	47
2.6.1. Natación.....	48
2.6.2. Básquetbol.....	48
2.6.3. Fútbol.....	49
2.6.4. Voleibol .....	49
2.6.5. Tenis.....	50
2.6.6. Infraestructura deportiva .....	50
2.7. Parque Infantil.....	50
2.8. Áreas verdes.....	51
2.9. Gastronomía .....	51
2.10. Estudio de mercado .....	51
2.10.1. Muestra.....	52
2.10.2. Mercado meta.....	52
2.10.3. Oferta.....	53
2.10.4. Demanda .....	53
2.10.5. Servicio.....	54
2.10.6. Mercado.....	54
2.10.7. Precio .....	55
2.10.8. Promoción .....	55
2.10.9. Publicidad.....	56

2.10.10.	Comercialización .....	56
2.11.	Estudio técnico.....	56
2.11.1.	Localización.....	57
2.11.1.1.	Macro localización.....	57
2.11.1.2.	Micro localización .....	57
2.11.2.	Tamaño del proyecto .....	58
2.11.2.1.	Capacidad instalada.....	58
2.11.3.	Ingeniería del proyecto .....	58
2.12.	Estudio financiero .....	59
2.12.1.	Ingresos.....	59
2.12.2.	Gastos .....	60
2.12.3.	Costos .....	60
2.12.4.	Costos de producción.....	60
2.12.4.1.	Materia prima .....	61
2.12.4.2.	Mano de obra .....	61
2.12.4.3.	Costos indirectos de fabricación.....	61
2.12.5.	Gasto de ventas .....	62
2.12.6.	Gastos administrativos .....	62
2.12.7.	Gastos financieros.....	62
2.12.8.	Gastos de constitución .....	63
2.12.9.	Depreciación.....	63
2.12.10.	Amortización.....	63
2.13.	Capital de trabajo.....	64
2.14.	Estados financieros.....	64
2.14.1.	Balance General .....	64
2.14.2.	Estado de Resultados.....	65

2.15.	Estado de Flujo de Efectivo .....	65
2.16.	Valor actual neto .....	66
2.17.	Tasa interna de retorno.....	66
2.18.	Relación costo/beneficio .....	66
2.19.	Estructura organizacional .....	66
2.20.	Impactos .....	67
CAPÍTULO III .....		68
3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	68
3.1.	Objetivo general .....	68
3.2.	Objetivos específicos .....	68
3.3.	Descripción del servicio .....	68
3.3.1.	Restaurante .....	69
3.3.2.	Canchas deportivas: .....	69
3.3.3.	Piscina .....	69
3.3.4.	Parque infantil .....	69
3.3.5.	Áreas verdes.....	70
3.4.	Segmento de mercado .....	70
3.5.	Determinación de la población y la muestra .....	70
3.5.1.	Poblaciones .....	70
3.5.2.	Muestras .....	71
3.6.	Análisis de resultados .....	73
3.6.1.	Encuesta realizada a la cabeza de familia de Mira .....	73
3.6.2.	Encuesta realizada a los turistas de Mira .....	81
3.7.	Análisis de la demanda .....	88
3.7.1.	Demanda actual.....	88
3.7.1.1.	Demanda del servicio .....	88

3.7.1.2.	Demanda de platos típicos .....	89
3.7.1.3.	Demanda de puestos.....	90
3.7.2.	Proyección de la demanda .....	90
3.7.2.1.	Demanda proyectada de entradas .....	90
3.7.2.2.	Demanda proyectada de platos típicos.....	92
3.7.2.3.	Demanda de puestos.....	93
3.8.	Análisis de la competencia.....	94
3.9.	Determinación de la demanda insatisfecha proyectada .....	94
3.9.1.	Demanda insatisfecha por concepto de entradas .....	94
3.9.2.	Demanda insatisfecha de platos típicos.....	95
3.9.3.	Demanda insatisfecha de puestos .....	95
3.10.	Cantidad proyectada del proyecto .....	95
3.10.1.	Cantidad proyectada de entradas.....	95
3.10.2.	Cantidad proyectada de platos típicos.....	96
3.10.3.	Cantidad proyectada de arriendos.....	96
3.11.	Precio de los servicios .....	96
3.11.1.	Precio de las entradas .....	97
3.12.	Publicidad y Promoción .....	100
CAPÍTULO IV.....		101
4.	ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	101
4.1.	Tamaño del Proyecto .....	101
4.2.	Localización .....	101
4.2.1.	Macro localización del proyecto .....	101
4.2.2.	Micro localización del proyecto .....	103
4.2.2.1.	Costos y medios de transporte .....	103
4.2.2.2.	Costos y disponibilidad de mano de obra .....	103



4.2.2.3.	Cercanía a las fuentes de abastecimiento de materia prima .	104
4.2.2.4.	Infraestructura .....	104
4.3.	Ingeniería del proyecto.....	105
4.3.1.	Procesos.....	105
4.3.2.	Obras civiles .....	106
4.3.2.1.	Área de restaurante .....	108
4.3.2.2.	Canchas deportivas.....	109
4.3.2.3.	Juegos infantiles.....	110
4.3.2.4.	Área administrativa.....	111
4.4.	Presupuesto técnico.....	112
4.4.1.	Inversiones fijas .....	113
4.4.1.1.	Terreno.....	113
4.4.1.2.	Infraestructura .....	113
4.4.1.3.	Muebles y equipos.....	114
4.4.1.4.	Equipo de computación .....	115
4.4.1.5.	Resumen de inversión fija .....	115
4.4.2.	Inversiones diferidas .....	116
4.4.3.	Capital de trabajo.....	116
4.4.4.	Inversión total del proyecto .....	117
4.4.5.	Financiamiento.....	117
4.4.6.	Talento humano .....	118
	CAPÍTULO V.....	119
5.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	119
5.1.	Ingresos .....	119
5.2.	Egresos.....	120
5.2.1.	Costos del Servicio .....	120

5.2.1.1.	Costo de la Comida .....	120
5.2.1.2.	Costo de Mano de Obra Directa .....	121
5.2.1.3.	Costos Indirectos del Servicio .....	123
5.2.1.4.	Resumen del costo del servicio .....	124
5.2.2.	Gastos Administrativos .....	124
5.2.2.1.	Sueldos para el Personal Administrativo .....	124
5.2.2.2.	Gastos generales de administración .....	125
5.2.2.3.	Gastos en materiales de oficina .....	126
5.2.2.4.	Resumen de gastos administrativos .....	126
5.2.3.	Gastos de ventas .....	127
5.2.3.1.	Sueldos para el personal de ventas .....	127
5.2.3.2.	Gasto de publicidad .....	128
5.3.	Tabla de amortización .....	128
5.4.	Depreciación de activos fijos .....	130
5.5.	Resumen de egresos proyectados .....	131
5.6.	Estado de situación financiera .....	132
5.7.	Estado de resultados .....	133
5.8.	Flujo de Caja .....	134
5.9.	Estado de situación financiera .....	134
5.9.1.	Costo de oportunidad .....	134
5.9.2.	Cálculo del valor actual neto (VAN) .....	135
5.9.3.	Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) .....	135
5.9.4.	Costo beneficio .....	136
5.9.5.	Relación Ingresos - Egresos .....	137
5.9.6.	Punto de equilibrio .....	138
5.9.7.	Recuperación de la inversión .....	139

CAPÍTULO VI.....	140
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	140
6.1. La Empresa.....	140
6.2. Nombre o razón social .....	140
6.3. Misión.....	140
6.4. Visión .....	140
6.5. Valores.....	141
6.5.1. Responsabilidad .....	141
6.5.2. Respeto .....	141
6.5.3. Orientación al cliente .....	141
6.5.4. Puntualidad.....	141
6.5.5. Eficiencia .....	141
6.5.6. Seguridad .....	142
6.6. Base Legal .....	142
6.6.1. Registro en la Superintendencia de Compañías.....	142
6.6.2. Patente Municipal .....	143
6.6.3. Registro Único del Contribuyente .....	143
6.6.4. Permiso de funcionamiento y permiso sanitario.....	143
6.7. Organigrama estructural .....	144
6.8. Proceso de selección del personal.....	145
6.9. Manual de funciones .....	147
6.9.1. Gerente.....	147
6.9.2. Contador .....	148
6.9.3. Auxiliar de servicios .....	149
6.9.4. Cocinero .....	150
6.9.5. Mesero.....	151

6.9.6. Cajero/Recaudador.....	152
CAPÍTULO VII.....	153
7. IMPACTOS.....	153
7.1. Impacto Social.....	154
7.2. Impacto Económico.....	156
7.3. Impacto Ambiental .....	157
7.4. Impacto Turístico.....	159
7.5. Impacto General.....	160
CONCLUSIONES .....	161
RECOMENDACIONES .....	162
Bibliografía .....	163
Linografía .....	164
ANEXOS .....	165

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta Aplicada a los Cabezas de Familia .....	166
Anexo 2. Encuesta aplicada a los Turistas de Mira .....	168

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Población de Mira por Género.....	35
Cuadro N° 2. Población por Grupos de Edad .....	36
Cuadro N° 3. Población Económicamente Activa .....	36
Cuadro N° 4. Número de Hogares por Familia .....	37
Cuadro N° 5. Lugar de esparcimiento turístico .....	73
Cuadro N° 6. Micro localización .....	74
Cuadro N° 7. Gastronomía a ofertar .....	75
Cuadro N° 8. Lugares especiales adultos mayores .....	76
Cuadro N° 9. Exposición de artesanías .....	77
Cuadro N° 10. Cada que tiempo asistiría.....	78
Cuadro N° 11. Precio del servicio .....	79
Cuadro N° 12. Criterios para asistir al centro recreativo .....	80
Cuadro N° 13. Lugar de esparcimiento turístico .....	81
Cuadro N° 14. Gastronomía a ofertar .....	82
Cuadro N° 15. Exposición de artesanías .....	83
Cuadro N° 16. Cada que tiempo asistiría.....	84
Cuadro N° 17. Acompañantes de turismo .....	85
Cuadro N° 18. Precio del servicio .....	86
Cuadro N° 19. Criterios para asistir al centro recreativo .....	87
Cuadro N° 20. Factores para determinar la microlocalización .....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Mira debe tener un Lugar Turístico.....	73
Gráfico N° 2. Posible Micro Localización .....	74
Gráfico N° 3. Comida que se pueda Ofertar .....	75
Gráfico N° 4. Lugares Especiales Adultos Mayores.....	76
Gráfico N° 5. Exposición de Artesanías .....	77
Gráfico N° 6. Cada que tiempo Asistiría.....	78
Gráfico N° 7. Precio del Servicio .....	79
Gráfico N° 8. Criterios para asistir al centro Recreativo .....	80
Gráfico N° 9. Mira debe tener un Lugar Turístico.....	81
Gráfico N° 10. Comida que se Puede Ofertar .....	82
Gráfico N° 11. Exposición de Artesanías .....	83
Gráfico N° 12. Cada que tiempo Asistiría.....	84
Gráfico N° 13. Tipo de Personas que hacen Turismo .....	85
Gráfico N° 14. Precio del Servicio.....	86
Gráfico N° 15. Criterios para asistir al centro Recreativo .....	87

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Proyección de familias .....	70
Tabla N° 2. Nivel de turistas al catón Mira .....	71
Tabla N° 3. Demanda anual del servicio para habitantes .....	88
Tabla N° 4. Demanda anual del servicio para turistas .....	89
Tabla N° 5. Demanda Anual Consolidada del Servicio .....	89
Tabla N° 6. Demanda anual de platos típicos habitantes.....	89
Tabla N° 7. Demanda anual de platos típicos turistas.....	89
Tabla N° 8. Puestos disponibles para Ventas .....	90
Tabla N° 9. Demanda proyectada para habitantes .....	90
Tabla N° 10. Demanda proyectada para habitantes .....	91
Tabla N° 11. Demanda total de entradas .....	92
Tabla N° 12. Demanda de platos típicos de habitantes de Mira .....	92
Tabla N° 13. Demanda de platos típicos de turistas .....	93
Tabla N° 14. Demanda total de platos típicos .....	93
Tabla N° 15. Demanda insatisfecha del servicio (entradas).....	94
Tabla N° 16. Demanda insatisfecha de platos típicos .....	95
Tabla N° 17. Demanda insatisfecha de puesto .....	95
Tabla N° 18. Cantidad proyectada de entradas .....	96
Tabla N° 19. Cantidad proyectada de platos típicos .....	96
Tabla N° 20. Datos históricos de la inflación .....	97
Tabla N° 21. Precio proyectados de entradas.....	97
Tabla N° 22. Precio proyectados de fritada.....	98
Tabla N° 23. Precios proyectados de cuy .....	98
Tabla N° 24. Precio proyectados de sopa de pollo .....	99
Tabla N° 25. Precios proyectados de crema de choclo.....	99
Tabla N° 26. Precios proyectados de arriendo.....	99
Tabla N° 27. Área administrativa.....	111
Tabla N° 28. Terreno.....	113
Tabla N° 29. Infraestructura del Centro Recreativo .....	113
Tabla N° 30. Implementos de cocina .....	114



Tabla N° 31. Muebles de equipo de oficina.....	115
Tabla N° 32. Equipo de computación.....	115
Tabla N° 33. Resumen de activos fijos .....	116
Tabla N° 34. Inversiones diferidas .....	116
Tabla N° 35. Capital de trabajo .....	116
Tabla N° 36. Inversión total del proyecto .....	117
Tabla N° 37. Financiamiento.....	117
Tabla N° 38. Talento humano requerido .....	118
Tabla N° 39. Ingresos por Servicios.....	119
Tabla N° 40. Costos del Servicio.....	120
Tabla N° 41. Datos históricos de salario básico unificado.....	121
Tabla N° 42. Sueldo del Personal de Producción .....	122
Tabla N° 43. Sueldo Básico Unificado .....	122
Tabla N° 44. Sueldo Básico Unificado Anual .....	122
Tabla N° 45. Costo Total de Mano de Obra Directa.....	123
Tabla N° 46. Costos Indirectos del Servicio .....	123
Tabla N° 47. Resumen del Costo del Servicio .....	124
Tabla N° 48. Sueldos para el Personal Administrativo.....	124
Tabla N° 49. Sueldo Básico Administrativo.....	124
Tabla N° 50. Gasto Total de Talento Administrativo .....	125
Tabla N° 51. Gastos Generales de Administración .....	125
Tabla N° 52. Gastos en Materiales de Oficina .....	126
Tabla N° 53. Resumen de Gastos Administrativos .....	126
Tabla N° 54. Salario Básico del Personal de Ventas .....	127
Tabla N° 55. Salario Anual del Personal de Ventas .....	127
Tabla N° 56. Gasto Total de Personal de Ventas .....	127
Tabla N° 57. Gasto de Publicidad .....	128
Tabla N° 58. Información para el Crédito .....	128
Tabla N° 59. Tabla de amortización mensual .....	128
Tabla N° 60. Resumen de Pagos.....	130
Tabla N° 61. Datos para Depreciación.....	130
Tabla N° 62. Depreciación de Activos Fijos .....	131

Tabla N° 63. Resumen de Egresos Proyectados .....	131
Tabla N° 64. Estado de Situación Financiera.....	132
Tabla N° 65. Estado de Resultados .....	133
Tabla N° 66. Flujo de Caja .....	134
Tabla N° 67. Tasa de Redescuento .....	134
Tabla N° 68. Cálculo del Valor Actual Neto.....	135
Tabla N° 69. Tasa Inferior .....	135
Tabla N° 70. Tasa Superior.....	136
Tabla N° 71. Datos para el Cálculo del TIR .....	136
Tabla N° 72. Datos para Establecer el Costo Beneficio .....	136
Tabla N° 73. Relación Ingresos Egresos .....	137
Tabla N° 74. Punto de Equilibrio .....	138
Tabla N° 75. Recuperación de la Inversión.....	139
Tabla N° 76. Datos para Recuperación.....	139
Tabla N° 77. Análisis de Impacto .....	153
Tabla N° 78. Impacto Social.....	154
Tabla N° 79. Impacto Económico.....	156
Tabla N° 80. Impacto Ambiental .....	157
Tabla N° 81. Impacto Turístico.....	159
Tabla N° 82. Impacto General.....	160

## **ANTECEDENTES**

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, a lo largo de sus cuatro regiones; es uno de los 17 países mega diversos del mundo, tiene una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio muy pequeño, además está ubicado estratégicamente, lo cual hace que tenga condiciones excepcionales para potenciar el desarrollo sostenible del turismo.

En los últimos años el turismo se ha constituido una importante fuente de ingresos para el país por tal motivo se ha constituido en una actividad estratégica para el desarrollo económico y social del país, contribuyendo con la creación de nuevas fuentes de empleo para los habitantes del país.

La ciudad de Mira posee una privilegiada ubicación geográfica y un clima agradable con un promedio de 18°C, además cuenta con hermosos paisajes y bellezas naturales, por lo que es visitado por turistas nacionales y extranjeros.

En Mira, “Balcón de los Andes”, existen varios miradores, desde donde se divisa la Cordillera de los Andes en todo su esplendor, además del Valle de la Hoya del Chota, al Sur; el Cerro Iguán al Norte y una gama multicolor de praderas y sembríos que rodea la ciudad, bajo un esplendoroso cielo azul, siendo por sí solos un deleite para la mirada de quienes los visitan.

También cuenta con sitios turísticos muy acogedores e interesantes, entre los cuales se puede destacar: El santuario de la Virgen De La Caridad, el complejo turístico Uyama y el Grupo Artesanal GAEN en Mascarilla.

Sin embargo no existen espacios de recreación y esparcimiento para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, por lo que se ven obligados a

trasladarse a otros lugares para poder acceder a estos servicios, ocasionando mayores gastos para las familias mireñas.

En base a lo expuesto, es necesario emprender en un proyecto que oferte canchas deportivas, parques infantiles, espacios verdes, así como también se oferte alimentación típica de la zona.

La propuesta del proyecto es viable y factible en vista de que se cuenta con el espacio físico adecuado para su implementación. Por eso más allá de un aporte académico se convertirá en una contribución al crecimiento y desarrollo de Mira

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro recreativo en la ciudad de Mira, provincia del Carchi con el fin de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del sector.

### **Objetivos Específicos:**

- Establecer el diagnóstico técnico situacional que permita conocer los diferentes factores que influyan en el proyecto.
- Elaborar el marco teórico científico que sustente el proyecto utilizando información bibliográfica y documentación actualizada.
- Determinar la oferta y demanda existente mediante el estudio de mercado.
- Establecer el estudio técnico para determinar la localización y la infraestructura requerida para el proyecto.
- Determinar el nivel de rentabilidad del proyecto mediante la elaboración del estudio financiero.
- Establecer las competencias de cada integrante de la empresa mediante la elaboración de la estructura organizacional.
- Analizar los impactos del proyecto en las diferentes áreas de influencia.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Objetivos**

##### **1.1.1. Objetivo general**

Establecer el diagnóstico técnico situacional que permita conocer los diferentes factores que influyan en el proyecto.

##### **1.1.2. Objetivos específicos**

- Establecer los antecedentes históricos de Mira.
- Determinar la ubicación geográfica del área.
- Analizar datos socio – demográficos de la ciudad.
- Determinar los aspectos económicos del área donde se realizará el proyecto
- Identificar los aspectos turísticos más importantes de la zona de influencia.
- Determinar la Infraestructura básica que existe en el lugar de la investigación.

#### **1.2. Variables diagnósticas**

- Antecedentes históricos
- Ubicación geográfica
- Población

- Condiciones económicas
- Turismo
- Infraestructura básica

### **1.3. Indicadores diagnósticos**

- Reseña histórica
- Datos geográficos
- Superficie
- Clima
- Altura
- División político-administrativa
- Población por sexo
- Población por grupos de edad
- Población económicamente activa
- Aspecto económico
- Atractivos turísticos
- Infraestructura básica

#### 1.4. Matriz de relación diagnóstica

Objetivo	Variable	Indicador	Técnica
Establecer los antecedentes históricos de Mira	Antecedentes Históricos	Reseña Histórica	Investigación Bibliográfica
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Aspectos Geográficos	Ubicación	Investigación Bibliográfica
		Superficie	Investigación Bibliográfica
		Clima	Investigación Bibliográfica
		Altura	Investigación Bibliográfica
		División político-administrativa	Investigación Bibliográfica
Analizar datos socio – demográficos de la ciudad de Mira.	Población	Población por sexo	Investigación Bibliográfica
		Población por grupos de edad	Investigación Bibliográfica
		Población Económicamente Activa	Investigación Bibliográfica
Determinar los aspectos económicos del área donde se realizará el proyecto.	Condiciones Económicas	Aspecto Económico	Investigación Bibliográfica
Identificar los aspectos turísticos más importantes de la zona de influencia.	Turismo	Atractivos Turísticos	Investigación Bibliográfica
Determinar la Infraestructura básica que existe en el lugar de la investigación.	Infraestructura Básica	Infraestructura básica	Investigación Bibliográfica

#### 1.5. Antecedentes diagnósticos

##### 1.5.1. Reseña histórica

Según datos históricos Mira es uno de los pueblos del Carchi, más antiguos citado ya por el primer historiador ecuatoriano, el padre Juan de Velasco, Mira ya reconocida por él desde el año 1487 como un estado independiente.



El 19 de Noviembre de 1880 el Congreso Nacional de la República del Ecuador, erige como provincia al cantón Tulcán que se denominará Veintimilla y sus límites serán por el norte los Estados Unidos de Colombia y por el sur la orilla del río Mira hasta la confluencia con los límites de Esmeraldas es decir Mira forma parte de esta nueva provincia.

Luego de 25 años, la ciudad de San Gabriel en el año 1905 es elevada a la categoría de cantón y el pueblo de Mira conformó el nuevo cantón Montúfar, en esta condición transcurrieron 29 años y el turno de emancipaciones le llegó a la ciudad de El Ángel y el 27 de septiembre del año 1934 Mira formó parte del tercer cantón carchense de aquel entonces.

El carácter de la gente de Mira, que siempre buscó su progreso y que fue pionera en las luchas por conquistar la independencia económica de sus moradores, había hecho que en el año de 1947 una gran hacienda, la de San Nicolás se parcelara y se constituya en la fuente principal de ingresos económicos de los vecinos de esta parroquia lo que permitió el cambio de vida de los mireños.

La pobreza general de la nación, hacía que Mira sea desatendida en la mayoría de necesidades básicas: energía eléctrica, agua, vías, alcantarillado y otros. Lo que ocasionaba la migración y un deseo interno cada vez más intenso de autonomía con su cabecera cantonal.

Después de varios intentos y como resultado de la organización y la constancia del pueblo mireño, se logró la cantonización de Mira un 18 de agosto de 1980, durante el gobierno del abogado Jaime Roldós Aguilera.

### 1.5.2. Ubicación geográfica

El cantón Mira está ubicado al suroeste de la provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”, sus límites son:

Mapa N° 1. Ubicación Geográfica



Norte y noroeste con el cantón Tulcán

Norte y noreste con el cantón Espejo

Sur y suroeste con la provincia de Imbabura

Sur y sureste con el cantón Bolívar

### 1.5.3. Superficie:

El cantón Mira tiene una extensión de 581 km<sup>2</sup>.

#### 1.5.4. Clima y altura

La ciudad de Mira posee un agradable clima que promedia los 18° C ya que se encuentra a 2.450 metros de altura s.n.m. y tiene una pluviosidad anual de 636 mm. Lo que da lugar a una variada producción agrícola.

#### 1.5.5. División político administrativa

Al cantón Mira pertenecen: Mira como cabecera cantonal y las parroquias de Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño.

Mira cuenta con los siguientes barrios: La Tola, San Roque, Las Esmeraldas, Gran Colombia, Santa Inés, Santa Isabel, El Convento, La Rabija, San Nicolás, El Naranjito, Loma de Maflas. Urbanizaciones: Vista Hermosa, El Recuerdo y El Artesano, y las comunidades de: San Antonio de Mira, El Mirador, Las Parcelas, La Portada, San Marco de la Portada, Playa Rica, Itazán, Mascarilla, Dos Acequias, Pambahacienda, San Francisco de Chulte, El Hato de Mira, Santa Isabel de Mira, Pueblo Viejo y San Francisco de Pisquer.

#### 1.5.6. Población

Según el Censo de Población y Vivienda de 2010 la ciudad de Mira posee una población de 5994 habitantes.

##### 1.5.6.1. Población por sexo

Cuadro N° 1. Población de Mira por género

Género	Población
Hombres	2935
Mujeres	3059
Total	<b>5994</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: INEC

### 1.5.6.2. Población por grupos de edad

Cuadro N° 2. Población por grupos de edad

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	46	32	78
De 1 a 4 años	181	169	350
De 5 a 9 años	273	256	529
De 10 a 14 años	293	313	606
De 15 a 19 años	284	273	557
De 20 a 24 años	245	234	479
De 25 a 29 años	195	210	405
De 30 a 34 años	180	221	401
De 35 a 39 años	184	203	387
De 40 a 44 años	165	178	343
De 45 a 49 años	152	202	354
De 50 a 54 años	134	173	307
De 55 a 59 años	141	114	255
De 60 a 64 años	114	106	220
De 65 a 69 años	103	107	210
De 70 a 74 años	75	86	161
De 75 a 79 años	76	91	167
De 80 a 84 años	65	47	112
De 85 a 89 años	17	22	39
De 90 a 94 años	9	14	23
De 95 a 99 años	3	7	10
De 100 años y más	-	1	1
<b>Total</b>	<b>2935</b>	<b>3059</b>	<b>5994</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: INEC

### 1.5.6.3. Población económicamente activa

Cuadro N° 3. Población económicamente activa

Género	PEA	PEI	Total
Hombre	1631	804	<b>2435</b>
Mujer	865	1737	<b>2602</b>
<b>Total</b>	<b>2496</b>	<b>2541</b>	<b>5037</b>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: INEC

La población económicamente activa constituye el 41.64% del total de la población y la inactiva es de 2541.

#### **1.5.6.4. Población de familias de Mira**

Cuadro N° 4. Número de Hogares por Familia

<b>Ciudad</b>	<b>Población</b>	<b>Hogares</b>	<b>Personas por hogar</b>
MIRA (CHONTAHUASI)	5994	1774	3,38

Existen 1774 hogares en la ciudad de Mira y cada hogar tiene en promedio 3,38 personas.

#### **1.5.6.5. Familias de Mira con capacidad de ahorro**

Según la encuesta de ingresos y gastos de familias ecuatorianas, el 58,8% de la población tiene capacidad de ahorro,

#### **1.5.7. Aspectos económicos**

La mayor parte de la población se dedica a la agricultura esta actividad, basada en los cultivos de clima seco y tropical como: tomate riñón, ají, pepinillo, pimienta, haba, zambo, fréjol, caña de azúcar, entre otros. La ganadería no es muy importante en esta región pues su explotación es menor y de tipo doméstico; se cría ganado ovino, porcino, vacuno y aves de corral. Una mínima parte de la población se dedica a la elaboración de artesanías en cerámica y lana.

#### **1.5.8. Turismo**

Por su privilegiada ubicación geográfica, Mira cuenta con hermosos paisajes y variedad de climas, lo que le hace merecedor, por sus bellezas naturales, a ser visitado por turistas nacionales y extranjeros.

En Mira, “Balcón de los Andes”, existen varios miradores, desde donde se divisa la Cordillera de los Andes en todo su esplendor, además del valle de la hoya del Chota, al sur; el cerro Iguán al norte y una gama multicolor de praderas y sembríos que rodea la ciudad, bajo un esplendoroso cielo azul, siendo por sí solos un deleite para la mirada de quienes los visitan.

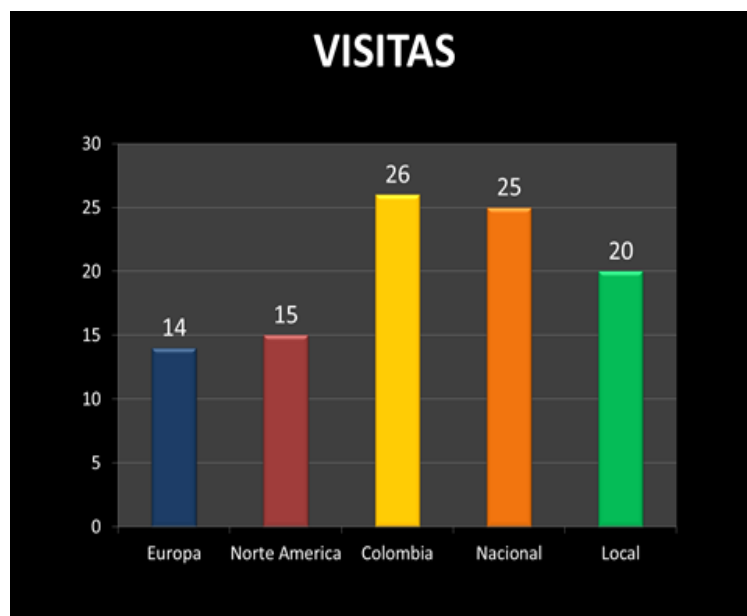
Además cuenta con sitios turísticos muy acogedores e interesantes, entre los cuales se puede destacar: El santuario de la Virgen de la Caridad y el grupo artesanal GAEN en Mascarilla.

Cuadro N° 6. Régimen de Visitas de Mira

Lugar de origen	Número de visitas	%
Europa	705,6	14%
Norte América	756	15%
Colombia	1310,4	26%
Nacional	1260	25%
Local	1008	20%
<b>Total</b>	<b>5040</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira

Gráfico N° 1. Visitantes Cantón Mira



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira

### 1.5.9. Infraestructura básica

Mira cuenta con dos escuelas, dos colegios, un jardín de infantes, un centro de salud, dos estadios, y un coliseo.

El sistema vial está conformado dos vías que permiten el rápido acceso y la red de vías locales.

### 1.6. Matriz AOOR

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
Recurso humano disponible.	Escasas oportunidades de empleo.
Disponibilidad de espacio físico adecuado	Competencia de centros recreativos del valle del Chota
Personas amantes del deporte	Otros atractivos turísticos del cantón
Entidades financieras para otorgar crédito.	Falta de promoción de los atractivos turísticos por parte de las autoridades del cantón.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
Canchas deportivas municipales en mal estado	Infraestructura costosa
Vías de acceso adecuadas	Falta de cultura de recreación en la población
Apoyo de autoridades para el fomento de emprendimientos	Falta de liquidez en el gobierno central
Obtención de créditos en la CFN.	Cambio de políticas económicas.

### 1.7. Oportunidad de inversión

Los adelantos tecnológicos han permitido que las personas vivan con mayor comodidad y se incremente el sedentarismo, lo que ha causado problemas como la obesidad y enfermedades cardiovasculares afectando la calidad de vida y salud de la población, en este sentido es importante fomentar la recreación, el esparcimiento y la práctica deportiva

Sin embargo en Mira no existen lugares adecuados para que sus habitantes y turistas puedan realizar prácticas deportivas y de esparcimiento, y los pocos que existen se encuentran deteriorados y no poseen la infraestructura adecuada para brindar estos servicios, por tal motivo deben desplazarse hacia otros lugares a un alto costo y muchas veces por encima de las posibilidades económicas de la mayoría de los pobladores.

Por tal motivo es necesario emprender un proyecto para la implementación de un centro recreativo que pueda generar sano esparcimiento y entretenimiento familiar en un mismo ambiente, donde exista buena convivencia entre las personas, en contacto con la naturaleza y puedan desarrollarse múltiples actividades de carácter social, cultural y recreativo siendo este de gran utilidad para la ciudad de Mira,

El centro recreativo contará con la infraestructura necesaria cumpliendo con los requisitos del cliente como: canchas deportivas, piscina, parques infantiles, espacios verdes, así como también se oferte alimentación típica de la zona, con el fin de fomentar en la población el uso de su tiempo libre en actividades deportivas y recreativas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de la población mireña y de los turistas que lo visitan.

-



## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Empresa**

(ZAPATA, P., 2008), dice: La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, a los estados y a la sociedad en general. Pág.3

La empresa es la unidad económico-social, con fines de lucro, buscan satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes a cambio de una retribución económica que le permitirá generar rentabilidad.

##### **2.1.1. Clasificación de las empresas**

(ZAPATA, P., 2008): Las empresas según su naturaleza se clasifican en:

- Industriales: transforman materias primas en nuevos productos.
- Comerciales: compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- Servicios: generación y venta de productos intangibles.
- Agropecuarias: explotan productos agrícolas y pecuarios.
- Mineras: Explotan recursos del subsuelo.

Es importante identificar correctamente que tipo de empresa es la que se va a poner en funcionamiento con el fin de cumplir con todos los requisitos necesarios para su constitución y puesta en marcha.

## **2.2. Tiempo libre**

(LAPETRA, S., 2010) señala: “El tiempo libre es un tiempo de ocio, un espacio de tiempo liberado que debe permitir al hombre su propio encuentro su propio reencuentro y descubrir virtualidades reprimidas en otros tiempos de su vida”. Pág13.

El tiempo libre es aquel tiempo que no se utiliza para el trabajo, labores domésticas o actividades cotidianas básicas del hombre, este tiempo puede utilizarse para la recreación y la realización de actividades que les guste a las personas.

## **2.3. Turismo**

(CASTELLANOS E., 2010, pág. 37)

Fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el cual no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y social.

Es el conjunto de viajes de las personas fuera de su lugar de residencia con motivos diferentes al trabajo y por un período inferior a un año.

### **2.3.1. Tipos de turismo**

(CABARCOS N., 2010) Existen tres tipos diferentes de turismo en relación a un determinado país: el turismo interno, el turismo receptor y el turismo emisor.

#### **2.3.1.1. El turismo interno:**

Comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un destino distinto al de su residencia habitual por un período de tiempo no superior a un año. Este tipo de turismo origina notables beneficios económicos dentro de un país, ya que es un tipo de turismo bastante frecuente.

#### **2.3.1.2. El turismo receptor**

Incluye a los no residentes en un determinado país o región, que viajan a otro país que no es el suyo, por un período no superior al año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior, por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico.

#### **2.3.1.3. El turismo emisor**

Engloba a los residentes de un país se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de nuestras fronteras.

Los tipos de turismo en relación al país son: turismo interno, turismo receptor y turismo emisor, siendo los más beneficiosos para un país el turismo interno y el receptor ya que contribuyen con el desarrollo económico del país mediante los ingresos que provienen del turismo.

### **2.3.2. Tipos de visitantes**

#### **2.3.2.1. Turista (visitante que pernocta)**

(CABARCOS N., 2010, pág. 38): “Visitantes que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.”

#### **2.3.2.2. Visitante del día (excursionista)**

(CABARCOS N., 2010, pág. 38) Afirma que son: “Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.”

### **2.4. Recreación**

Se entiende por recreación,

La actividad orientada a la distracción y al relajamiento; al desborde de energía física y mental, naturales del cuerpo humano y/o participación del grupo familiar en actividades lúdicas; y puede clasificarse dependiendo de la forma en que se realiza: informal y organizada, en las cuales participan adultos, jóvenes y niños, y se desarrolla individualmente o en grupos” (www.univo.edu.sv, 2014)

La recreación es muy importante para la vida del hombre ya que mejora su salud física y mental, fomenta la interacción entre las personas además se constituye un reflejo de la cultura del lugar.

### **2.4.1. Tipos de recreación**

(www.univo.edu.sv, 2014): El análisis de técnicas de recreación, clasifica las distintas actividades recreacionales en dos grupos receptivas y ejecutivas. De acuerdo a la acción activa o pasiva de las personas involucradas, éstas son:

Receptivas:

- Asistencia a conferencias
- Audición musical
- Espectáculos teatrales
- Cinematografía
- Televisión

Ejecutivas:

- Conversación
- Paseo
- Actividades estético - expresivas
- Coleccionismo
- Deportes
- Danza
- Composición escrita
- Cuentos
- Experimentos
- Dramatizaciones
- Juegos
- Canciones
- Ejecución musical

Existen varios tipos de recreación que se ajustan a las necesidades y gustos de las personas.

### **2.4.2. Clasificación según la frecuencia**

Para (www.univo.edu.sv, 2014), se clasifica de la siguiente manera:

- Cotidiana: Cuando se llevan a cabo cerca de; lugar de vivienda y de una forma periódica o diaria.
- Semanal: Cuando se realiza cada semana, debido a que el periodo de descanso semanal es mayor, los lugares de recreación buscados por los individuos se encuentran un poco alejados del centro urbano.
- Anual: Cuando debido a la prolongación de las vacaciones varios días se cuenta con tiempo para buscar o llegar a sitios cada vez más alejados del lugar de vivienda y trabajo. (<http://www.univo.edu.sv>)

Otro aspecto importante que hay que tomar en cuenta es la frecuencia con que se realizan las actividades recreativas, estas pueden estar influenciadas por el tiempo, la facilidad de acceso o la distancia a la que se encuentran los centros recreativos.

### **2.5. Centro recreativo**

En (www.univo.edu.sv, 2014) dice que:

Es el espacio donde las personas desarrollan actividades recreativas, que les permita desenvolverse individualmente en cualquier contexto, en condiciones de salud física y mental, favorables para lograr un mayor rendimiento y satisfacción de sus actividades, así como también permiten mejorar la calidad social y laboral del individuo, dando lugar a un estado de salud integral que conduzca al país a mejores condiciones de vida.

Es cualquier espacio donde las personas pueden realizar actividades de recreación y esparcimiento, que les permita lograr salud física y mental, permitiendo de esta manera mejorar su calidad de vida.

### **2.5.1. Funciones del centro recreativo**

Para ([www.univo.edu.sv](http://www.univo.edu.sv), 2014) expresa:

La función del centro recreativo es convertirse en el espacio en donde las personas pueda equilibrar la vida con relación al trabajo, obteniendo un contraste placentero de la responsabilidad y la rutina, que le permita mantener vivo el espíritu de la aventura y el sentido de proporción que impide tomarse a sí mismo y a su profesión demasiado en serio, evitando de este modo la muerte prematura de la juventud y con frecuencia la muerte prematura del mismo hombre.

Su función es permitir a las personas realizar diversas actividades recreativas, con el fin de salir de la rutina y liberarse del estrés, lo que contribuye al mejoramiento de la salud del ser humano.

### **2.6. Deporte recreativo**

([www.icesi.edu.co](http://www.icesi.edu.co), 2014) Se encontró que:

Son las actividades efectuadas en el tiempo libre, con exigencias al alcance de toda persona, de acuerdo a su estado físico y a su edad, y aplicadas según reglas de las especialidades deportivas o establecidas de común acuerdo por los participantes, con el fin de propender a mejorar la calidad de vida y la salud, así como fomentar la convivencia social. El fin del deporte recreativo es que las personas adquieran conductas de vida físicamente más activa.

El deporte recreativo no se lo practica con el fin de competir, sino como una actividad de recreación de las personas, como una forma de convivencia y distracción.

### **2.6.1. Natación**

(Océano, 2010, pág. 271):

La natación es un deporte individual basado en el dominio del medio acuático, y en el que la técnica de desplazamiento resulta fundamental. Al nadar se desarrollan todas las cualidades físicas y se ejercita todo el cuerpo, por lo que se trata de un ejercicio muy completo.

Es una disciplina deportiva acuática en donde el deportista se desplaza en el agua mediante el uso de sus extremidades, esta actividad también permite la recreación de las personas.

### **2.6.2. Básquetbol**

(Océano, 2010, pág. 325)

El baloncesto o básquetbol es un deporte de equipo cuya finalidad es introducir la pelota en el aro contrario. En esta disciplina deportiva sólo se utilizan las manos y entre otras técnicas se trabaja el bote, el pase, el tiro y el rebote.

Es un deporte de equipo conformado por cinco jugadores cuya finalidad es anotar puntos o canastas introduciendo el balón en un aro



### **2.6.3. Fútbol**

(Océano, 2010, pág. 361)

El fútbol es un deporte de ritmo e intensidad elevados es considerado el deporte rey en muchos países. Su regla más característica es la prohibición de que la pelota sea jugada con las manos, salvo el portero en su área. El balón debe cumplir con ciertos requisitos que establece la federación internacional y, al igual que las botas de tacos, está diseñado para conseguir efectividad y espectacularidad en el juego.

Es uno de los deportes más conocidos en la actualidad, el equipo está conformado por once jugadores, cuyo objetivo es introducir el balón en el arco contrario para obtener puntos.

### **2.6.4. Voleibol**

(Océano, 2010, pág. 385)

El voleibol es un deporte de colaboración y oposición en el que los jugadores de cada equipo están separados por una red, y no existe contacto físico entre ellos. Esto lo diferencia del resto de deportes de equipo como el balonmano o el baloncesto.

Es un deporte de equipo en donde no existe contacto entre ambos equipos, en el Ecuador es muy conocido ya que muchas las personas lo practican, por tal motivo es importante que en el centro recreativo exista la infraestructura adecuada para que los clientes disfruten de este deporte.

### **2.6.5. Tenis**

([www.deperu.com/](http://www.deperu.com/), 2014): “El tenis es un deporte que se practica sobre un terreno rectangular, en el que se debe golpear con la raqueta una pelota de un lado al otro del campo por encima de una red.”

Este deporte puede ser practicado entre dos o cuatro personas, en el Ecuador no es muy conocido, por lo que es fundamental que sea promocionado para que las personas lo tomen como otra alternativa de esparcimiento y distracción.

### **2.6.6. Infraestructura deportiva**

(GARCÍA, M., 2008), señala que la infraestructura deportiva “constituye las instalaciones deportivas y sus equipamientos son el eje central y uno de los soportes principales para la práctica deportiva” Pág. 6

La infraestructura deportiva es un factor fundamental en el desarrollo de los deportes ya que es el espacio físico y el equipamiento necesario para el desarrollo normal de cualquier actividad deportiva.

### **2.7. Parque Infantil**

([www.consumoteca.com](http://www.consumoteca.com), 2014): “Un parque infantil es una instalación de titularidad pública o privada consistente en un área delimitada y una serie de elementos de juego, destinada a niños y menores.”

Los parques infantiles deben estar sujetos a condiciones de seguridad adecuada para los menores, tanto en las instalaciones como en el equipamiento.

## **2.8. Áreas verdes**

(Comisión Nacional de Medio Ambiente , 2009), define área verde como “los espacios urbanos, o de periferia a éstos, predominantemente ocupados con árboles, arbustos o plantas, que pueden tener diferentes usos, ya sea cumplir funciones de esparcimiento, recreación, ecológicas, ornamentación, protección, recuperación y rehabilitación del entorno, o similares”.

Las áreas verdes no son solo los lugares con césped sino cualquier área abierta, ellos albergan a gran cantidad de seres vivos, tanto plantas como animales, además ayudan a mantener el equilibrio ambiental del lugar.

## **2.9. Gastronomía**

(MARTÍNEZ, J., 2011): “Es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y todo lo relativo a ésta en su entorno ambiental, geográfico, social y cultural.”

La gastronomía estudia el conjunto de actividades y conocimientos relacionados con la comida, además de su relación con el entorno y la cultura y tradiciones de cada lugar.

## **2.10. Estudio de mercado**

(MEZA, J., 2013)

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos.

El estudio de mercado se lo debe realizar lo más objetivo posible porque este se constituye un gasto y si los resultados obtenidos no se encuentran apegados a la realidad puede ocasionar graves pérdidas a la empresa al tomar decisiones erróneas basadas en información irreal.

#### **2.10.1. Muestra**

(VERDOY P., 2007): “Es un subconjunto finito de elementos seleccionados de la población para su estudio, la cual debe ser representativa.”

Es una pequeña parte de la población objeto de estudio, la misma que debe ser representativa para evitar que los resultados estén sesgados, para su cálculo se debe utilizar técnicas adecuadas.

#### **2.10.2. Mercado meta**

(www.promonegocios.net, 2014): "Es el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad”

El mercado meta constituye un conjunto de personas con características comunes y que tienen una necesidad insatisfecha, la misma que la empresa está dispuesta a cubrir, hacia estas personas está dirigido el plan de marketing.

### **2.10.3. Oferta**

(SAPAG, N, 2007), Señala que: “Oferta se puede definir como en número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. El comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio significa un incentivo para producir y vender más de ese bien.” pág. 55.

La cantidad ofertada se encuentra influenciada por varios factores como los precios de los factores productivos, la tecnología disponible, la capacidad de la empresa, y el precio del bien que se desea ofertar, esto hace que la oferta aumente o disminuya según el caso.

### **2.10.4. Demanda**

(PALMA, L., 2010), afirma que demanda es la “cantidad de bienes, servicios, activos o factores que desean ser adquiridos por un individuo o conjunto de individuos a un precio determinado”. Pag53

La demanda es una exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador, es decir por el dinero que el comprador está dispuesto a pagar por un determinado número de productos, y por los estímulos recibidos.

### **2.10.5. Servicio**

En la página web (es.wikipedia.org, 2014).

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien (físico o intangible) en que el primero se consume y se desgasta de manera brutal puesto que la economía social nada tiene que ver con la política moderna; es muy importante señalar que la economía nacional no existe siempre en el momento en que es prestado.

Un servicio es un bien intangible que una empresa oferta en el mercado con el fin de cubrir las necesidades y requerimientos del cliente y generar ingresos económicos para la institución.

### **2.10.6. Mercado**

Acerca de mercado (MURCIA, J., 2009) afirma que es:

El sitio físico o no físico en donde encontramos compradores (demandantes o consumidores de bienes o servicios) y vendedores (oferentes o productores de bienes y servicios) que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas. Pág.43

El mercado es el lugar de interacción de compradores y vendedores con el fin de intercambiar bienes o servicios.

### 2.10.7. Precio

(BELIO, J. y SAINZ A., 2007), define al precio como: “una relación que indica la cantidad de dinero necesaria para adquirir una cantidad dada de un bien o un servicio”.Pag65

El precio es la expresión monetaria del valor de un bien o un servicio. Es flexible ya que puede variar constantemente.

### 2.10.8. Promoción

(Publicaciones vértice s.l., S/A, pág. 16): “Son incentivos a corto plazo para fomentar la prueba o compra de un producto o servicio.”

Entre las herramientas de promoción de ventas se encuentran los vales de descuento, las muestras o los concursos. Aunque no son muy diversas presentan ciertas características comunes:

- **Comunicación:** Sirven para atraer la atención y proporcionar información que puede conducir al consumidor al producto.
- **Incentivo:** Incorporan algún tipo de atractivo, estímulo o beneficio que proporciona valor al consumidor.
- **Invitación:** Representan un estímulo para efectuar la transacción del momento.

La promoción es un aspecto importante en el desarrollo del proyecto ya que brinda las herramientas necesarias para dar a conocer el producto o servicio y de esta manera incrementar las ventas.

#### **2.10.9. Publicidad**

(GARCÍA, M., 2008), afirma que: “La publicidad es un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado, que a través de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución con objeto de informar y/o influir en su compra o aceptación”. pág. 29

La publicidad está formada por todos los instrumentos utilizados para dar a conocer el bien o el servicio, con el fin de influenciar en las personas para su consumo, estos pueden ser escritos o hablados

#### **2.10.10. Comercialización**

La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

La comercialización abarca todos los canales de distribución se emplea para que su producto llegue desde el productor.

#### **2.11. Estudio técnico**

(SAPAG, N, 2007) señala:

El estudio técnico calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto para ello en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o un servicio se logre eficaz y eficientemente.

El estudio técnico debe ser realizado mediante un análisis adecuado en cuanto a tamaño, localización e ingeniería del proyecto.



### **2.11.1. Localización**

(FLÓREZ, J., 2007)

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas que van desde un concepto amplio, conocido como macro localización hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como micro localización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto. (Pág. 49)

La localización analiza los posibles lugares donde se puede realizar el proyecto con el fin de determinar cuál es el que posee las mejores condiciones para su ejecución.

#### **2.11.1.1. Macro localización**

(MURCIA, J., 2009) “Se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto”. Pág. 246

La macro localización determina la región o zona más favorable para la implementación del proyecto, haciendo un análisis de las ventajas y desventajas de cada región.

#### **2.11.1.2. Micro localización**

(MURCIA, J., 2009) pág. 247 señala: “La micro localización no supera los problemas generados por la macro localización, es mediante ella como se elabora los datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el macro análisis”.

La micro localización determina el lugar exacto donde se ubicará la empresa dentro de la macro zona.

### **2.11.2. Tamaño del proyecto**

(CÓRDOBA, M., 2006), dice:

El tamaño es la capacidad de información que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. Pág. 211

#### **2.11.2.1. Capacidad instalada**

(CÓRDOBA, M., 2006, pág. 108) “Corresponde el nivel máximo de producción o prestación de servicio que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.”

### **2.11.3. Ingeniería del proyecto**

(CÓRDOBA, M., 2006) Pág. 242 menciona:

El estudio de ingeniería está relacionado con los aspectos técnicos del proyecto. Para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información. Esta información proviene del estudio de mercado, del estudio del marco regulatorio legal, de las posibles alternativas de localización, del estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras, de la disponibilidad de personal idóneo y del estudio del impacto ambiental.

El estudio de ingeniería del proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración de un proyecto, interactúa con otros aspectos como la macro y micro localización, el estudio técnico, no se realiza de forma aislada al resto.

## **2.12. Estudio financiero**

(SAPAG, N, 2007), afirma que:

Los objetivos del estudio financiero son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar antecedentes para determinar su rentabilidad. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos”.

Pág.30

Constituye la descripción financiera del proyecto en donde se detalla cuánto se va a invertir, la cantidad de producción, las compras y ventas, los estados financieros y el proceso de la evaluación financiera mediante indicadores como el VAN, TIR, costo/ beneficio y punto de equilibrio.

### **2.12.1. Ingresos**

(MORA, A., 2008)

Entrada bruta de beneficios económicos, durante el ejercicio, surgidos en el curso de las actividades ordinarias de una empresa, siempre que tal entrada de lugar a un aumento en el patrimonio neto que no esté relacionado con las aportaciones de los propietarios de ese patrimonio. (pág. 130)

Los ingresos son valores obtenidos por concepto de la venta de un bien o la prestación de un servicio, cuando los ingresos son mayores que los gastos la empresa obtiene rentabilidad.

### **2.12.2. Gastos**

(ZAPATA, P., 2008) señala: “Los gastos son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que al ser usados, consumidos o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta”.

Los gastos son pagos que se realizan a terceras personas, el gasto no es recuperable.

### **2.12.3. Costos**

(CHILQUINGA, M., 2007), afirma que: “Costo es el conjunto de valores incurrido en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.” Pág. 9

El costo es la cantidad de productos y servicios que se utilizaran para poner en marcha el proyecto, el cual se refleja en un valor monetario que se paga por algo que está relacionado directamente con el proceso productivo.

### **2.12.4. Costos de producción**

(CHILQUINGA, M., 2007) “Son los conceptos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros.” Pág. 9

Son todos los valores monetarios utilizados para la producción de un bien o un servicio.

#### **2.12.4.1. Materia prima**

(CHILQUINGA, M., 2007), señala que “La materia prima constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto” Pág. 9.

La materia prima considerada también como material directo son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados y es uno de los principales elementos del costo.

#### **2.12.4.2. Mano de obra**

(CHILQUINGA, M., 2007), expresa: “Constituye el segundo elemento del costo de producción y representa esfuerzo físico e intelectual del hombre o la fuerza de trabajo aplicada a la transformación de materia prima en producto terminado o semielaborado.” Pág. 9)

La mano de obra es el pago que se puede asignar en forma directa al producto tal como el salario de los obreros que intervienen directamente en la elaboración de los artículos, así como sus prestaciones sociales. No debe clasificarse como mano de obra directa, por ejemplo el salario de los supervisores, obreros de mantenimiento, personal de limpieza, todos ellos considerados como costos indirectos de fabricación.

#### **2.12.4.3. Costos indirectos de fabricación**

(ESPINOZA, J., 2009), señalan: “Son todos aquellos costos de fabricación asociados con las operaciones de manufactura y en los que se incurre en múltiples objetos del costo”. Pág. 49

Los costos indirectos de fabricación son los gastos que se utiliza para la elaboración de un producto pero sin identificarse directamente con él, en ocasiones son difíciles de cuantificar.

#### **2.12.5. Gasto de ventas**

(CHILIQUE, M., 2007), señala: “Gastos de ventas son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas. En estos gastos se incluyen el pago de salarios a vendedores, transporte, arriendo de locales, aranceles, comisiones y bonos al personal de ventas. Pág. 9

Son todos los gastos asociados a la venta del producto o servicio, con el fin de que llegue al consumidor

#### **2.12.6. Gastos administrativos**

(CHILIQUE, M., 2007), “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa. Pág. 9

Los gastos administrativos son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, los gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros) de los gerentes, administradores y auxiliares de la empresa, los alquileres, los materiales y útiles de oficina, los seguros, los impuestos, la electricidad, el agua, etc.

#### **2.12.7. Gastos financieros**

(CHILIQUE, M., 2007) “Llamados también cargas financieras. Son pagos que se realizan a instituciones bancarias y financieras.” Pág. 9

Son los gastos que se pagan a las instituciones financieras por concepto de créditos u otras obligaciones financieras.

#### **2.12.8. Gastos de constitución**

(www.e-conomic.es, 2014) “Son un conjunto de gastos en los que hay que incurrir de forma obligatoria para crear una empresa desde cero. El carácter de estos gastos no se relaciona tanto con maquinaria o edificios, sino con gastos del tipo jurídico, como escrituras notariales, registros mercantiles o impuestos.”

Son gastos previos a la creación de la empresa como los gastos pre operativos, estudios de factibilidad o perfectibilidad pago de escrituras, permisos, patentes etc.

#### **2.12.9. Depreciación**

(MURCIA, J., 2009), afirma que la depreciación es “la pérdida de valor de un activo producido por factores como la edad y la absorbencia entre otros”. Pág.276

Es la disminución del valor de un bien producido por el desgaste del mismo a través del tiempo.

#### **2.12.10. Amortización**

(Varela, 2010)

Es una deducción permitida para recuperar ciertas inversiones necesarias para llevar a cabo la actividad empresarial. Se clasifican de acuerdo con el estatuto tributario los estudios de factibilidad, los gastos preliminares, de instalación, organización o desarrollo, los costos de adquisición de marcas y patentes, las primas de cesión de negocios, los gastos de investigación los costos intangibles sujetos a demérito y las inversiones para adquirir o explotar minas, yacimientos petroleros o de gas y otros productos naturales. (Pág. 234)

Es el proceso de distribución en el tiempo de ciertos valores con el fin de recuperar las inversiones que se realizan para constituir una empresa.

### **2.13. Capital de trabajo**

(SAPAG, N, 2007) Constituye el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados Pág.262

El capital de trabajo son los recursos económicos necesarios para el funcionamiento de la empresa hasta que esta tenga sus propios ingresos.

### **2.14. Estados financieros**

Según (ZAPATA, P., 2008)

Los estados financieros son informes que se elaboran al finalizar un período contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad. Pág. 59

Los estados financieros son herramientas muy útiles para la toma de decisiones en la empresa ya que estos reflejan la situación financiera de la entidad a una fecha determinada.

#### **2.14.1. Balance General**

(ZAPATA, P., 2008) Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, y determina la composición financiera de la empresa en un momento determinado. Pág. 62



El balance general o estado de situación constituye una fotografía de la situación de la empresa en una fecha dada.

#### **2.14.2. Estado de Resultados**

(ZAPATA, P., 2008)

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período determinado. Pág. 61

El estado de resultados es un informe detallado de los ingresos y egresos de la empresa y de la obtención de utilidades o pérdidas en un periodo contable determinado.

#### **2.15. Estado de Flujo de Efectivo**

(ZAPATA, P., 2008) Pág. 299 dice:

Flujo de efectivo es el informe contable principal que presenta en forma significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios, efectuados durante un período con el propósito de medir la habilidad gerencial para usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa en función de su liquidez presente y futura.

La importancia del flujo de caja es que éste nos permite conocer la liquidez de la empresa, es decir, conocer con cuánto de dinero en efectivo se cuenta, de modo que con dicha información se puede tomar decisiones.

## **2.16. Valor actual neto**

(SAPAG, N, 2007), acerca del valor actual neto dice: “Es la diferencia entre sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”

El valor actual neto consiste en descontar al momento todos los flujos de efectivo proyectados.

## **2.17. Tasa interna de retorno**

Bierman y Smidt citados en (SAPAG, N, 2007) Pág.323 señalan que:

La tasa interna de retorno “representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”.

## **2.18. Relación costo/beneficio**

(MURCIA, J., 2009) Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto por cada periodo, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos. Pág. 318

Es una herramienta para la evaluación de proyectos donde su resultado debe ser mayor a 1 para que el proyecto sea factible.

## **2.19. Estructura organizacional**

(www.monografias.com, 2014) La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

## **2.20. Impactos**

(Jácome, 2005) pág.171; Afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos como en lo social, económico, educativo, empresarial y ambiental.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Objetivo general**

Realizar el estudio de mercado para verificar la viabilidad de invertir en la creación de un centro recreativo en la ciudad de Mira.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Conocer la oferta existente de servicios de recreación en la ciudad de Mira.
- Conocer la cantidad máxima de la demanda posible en el mercado meta.
- Conocer el comportamiento de los precios y requerimientos que exige el mercado meta.
- Analizar ventajas y desventajas competitivas del mercado.

#### **3.3. Descripción del servicio**

La recreación es la actitud positiva del individuo hacia la vida en el desarrollo de actividades para el tiempo, logra el equilibrio biológico y social que dan como resultado una buena salud y mejor calidad de vida, en base a estas necesidades el centro recreativo aprovechará los recursos naturales existentes en la zona para brindar servicios de calidad a los pobladores del sector los cuales serán los siguientes:

### **3.3.1. Restaurante**

El centro de recreación contará con servicios de restaurante, con una gran variedad de menús de platos y bebidas propios del sector, elaborados con productos de calidad, nutritivos y saludables, para lo cual se contará con personal especializado en la preparación de alimentos.

### **3.3.2. Canchas deportivas:**

Uno de los servicios más importantes con el cual contará el centro de recreativo son las canchas deportivas aptas para la práctica de diferentes deportes como: fútbol, básquet, tenis y vóley con el fin de que los clientes realicen actividades físicas beneficiosas para su salud.

### **3.3.3. Piscina**

La piscina, es un elemento muy importante dentro del centro recreativo ya que servirá para la relajación y la práctica del deporte de la natación que consiste en uno de los deportes más completos, siendo además un lugar muy divertido para niños y personas adultas de todo género.

### **3.3.4. Parque infantil**

Este es un servicio muy importante que beneficiará directamente a los niños quienes podrán disfrutar de juegos al aire libre y de instrumentos y aparatos especializados para su diversión, con las medidas de seguridad adecuadas, con el fin de brindar un ambiente sano y seguro para los clientes más pequeños.

### 3.3.5. Áreas verdes

El centro recreativo contará con áreas verdes donde las personas podrán disfrutar de los hermosos paisajes de la zona, convivir con la naturaleza y admirar las especies propias del lugar.

### 3.4. Segmento de mercado

Los clientes del centro recreativo serán todos los turistas y familias de la ciudad de Mira que gustan del deporte y del sano esparcimiento, que deseen dejar la rutina y puedan compartir momentos de unión familiar.

### 3.5. Determinación de la población y la muestra

#### 3.5.1. Poblaciones

##### a) Cabezas de familia de cada hogar

Tabla N° 1. Proyección de familias

Año	Hogares Proyectados
2010	1774
2011	1786
2012	1799
2013	1812
2014	1824

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaborado: Por La Investigadora

La población de familias para el 2014 se calculó por medio de una tasa de crecimiento de la población anual, la cual es de 0,70%, los habitantes de la ciudad de Mira por ser mayor a 100 unidades se utilizará el muestreo.

Según la encuesta de ingresos y gastos de las familias ecuatorianas el 58,8% de la población tiene capacidad de ahorro, por lo que se tomó este

porcentaje de la población de Mira para el cálculo de la muestra, es decir que de la población total de 1824 familias en el 2014 se tomó el 58,8%.

Familias capacidad de Ahorro = Familias 2014 x Tasa de la población CA

Familias capacidad de Ahorro = 1824 x 0,588

Familias capacidad de Ahorro = 1073

### **b) Turistas del catón Mira**

El nivel de turistas que tiene el catón Mira es de 5040 y se proyectó con una tasa de crecimiento del 2,3% (Ministerio de Turismo), lo que quiere decir que para el 2014 existirá aproximadamente 5156, se toma la población promedio de un mes la cual se estima que será de 430, ver la siguiente tabla:

Tabla N° 2. Nivel de turistas al catón Mira

<b>Años</b>	<b>Turistas Mensuales</b>	<b>Turistas Anuales</b>
2013	420	5040
2014	430	5156

FUENTE: Gobierno Autónomo Descentralizado de Mira  
ELABORADO POR: L a Investigadora

### **3.5.2. Muestras**

Para calcular la muestra se tomó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * \sigma^2 * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * \sigma^2}$$

N = Universo o población

n = Tamaño de la muestra

$Z^2$  = Nivel de confiabilidad 95% --- 1.96

$\sigma^2$  = Varianza de la población 0.25

E = Límite aceptable de error de muestra 5%

Calculo:

**a) Muestra de cabezas de familia**

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * 1073}{(0,05)^2(1073 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 1073}{0,0025(1072) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{1030,5092}{2,68 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1030,5092}{3,6404}$$

$$n = 283,07 \cong 283$$

**b) Turistas**

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * 430}{(0,05)^2(430 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 430}{0,0025(429) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{412,6455}{1,0717 + 0,9604}$$

$$n = \frac{412,6455}{2,0320}$$

$$n = 203,06 \cong 203$$



### 3.6. Análisis de resultados

#### 3.6.1. Encuesta realizada a la cabeza de familia de Mira

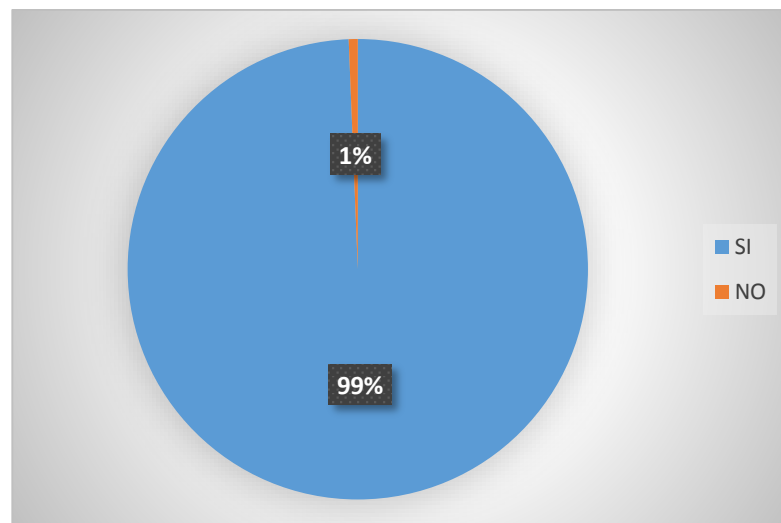
1. Considera que el cantón Mira debe tener un lugar recreativo cerca de la zona urbana.

Cuadro N° 5. Lugar recreativo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	281	99,29%
No	2	0,71%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por la Autora

Gráfico N° 2. Lugar recreativo



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

#### Análisis:

Casi en su totalidad, la población encuestada afirmó necesitar un centro recreativo, ya que para la distracción de la población se debe trasladar a otros lugares, sea de la provincia del Carchi o de Imbabura, lo que quiere decir que el dinero sale a otros lugares.

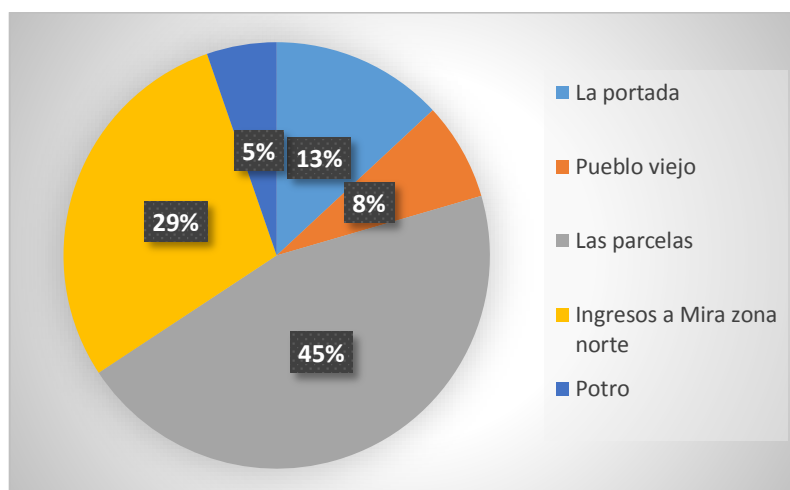
2. ¿En qué lugar de Mira considera adecuado construir un centro recreativo?

Cuadro N° 6. Micro localización

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
La portada	37	13,07%
Pueblo viejo	21	7,42%
Las parcelas	128	45,23%
Ingresos a Mira zona norte	82	28,98%
Potro	15	5,30%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 3. Micro localización



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

La mayoría de personas, desean que se construya el centro recreativo en Las Parcelas, lugar más adecuado para este tipo de servicio, por las condiciones favorables para los potenciales clientes.

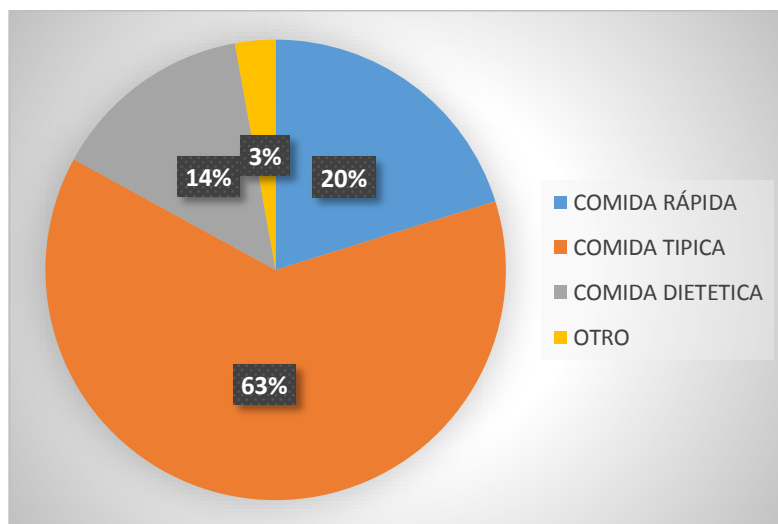
3. ¿Qué tipo de comida se debe ofertar en el centro recreativo?

Cuadro N° 7. Gastronomía a ofertar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Comida rápida	57	20,14%
Comida típica	178	62,90%
Comida dietética	40	14,13%
Otro	8	2,83%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 4. Gastronomía a ofertar



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

### Análisis

La comida más apetecida para los encuestados que desearían degustar con sus familiares es la comida típica, permitiendo hacer uso de la seguridad alimentaria, es decir consumir los productos propios del sector, tratando de generar un mayor desarrollo al sector primario.

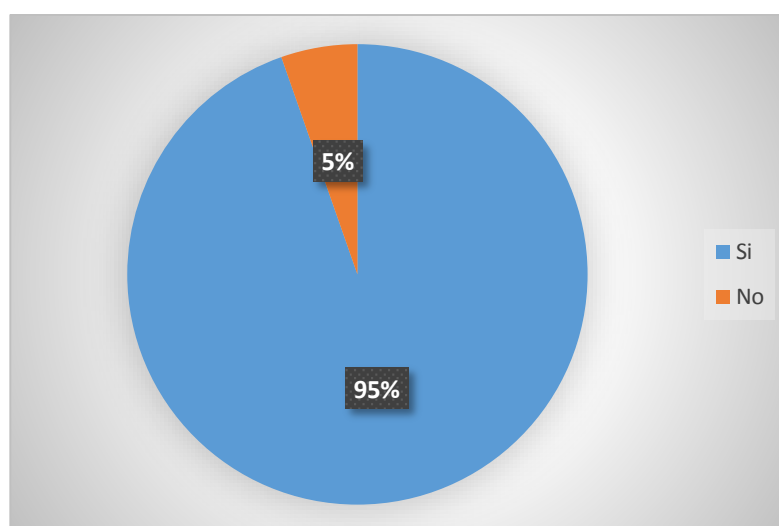
4. ¿En el centro recreativo se debe disponer de un lugar especial para las personas denominadas adultos mayores?

Cuadro N° 8. Lugares especiales adultos mayores

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	268	94,70%
No	15	5,30%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta Aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 5. Lugares especiales adultos mayores



FUNTE: Encuesta Aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

Al ser un centro recreativo familiar, se espera que vayan todos los miembros de la familia incluidos los abuelos, denominados adultos mayores, los cuales tienen otras actividades, como juegos de mesa y otros acorde a sus necesidades inherentes a su edad, lo que será un valor agregado al servicio que se brindará.

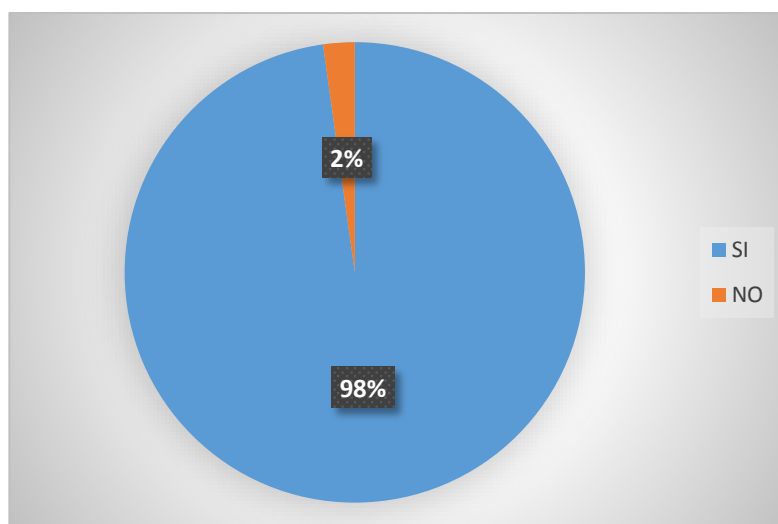
5. ¿En el centro recreativo se debe exponer las artesanías del cantón Mira?

Cuadro N° 9. Exposición de artesanías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	277	97,88%
No	6	2,12%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 6. Exposición de artesanías



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

El objetivo primordial del centro recreativo es generar un polo de crecimiento y desarrollo en la localidad, por lo que una de las estrategias para fortalecer de la unidad entre los sectores productivos es generar espacios propicios para exponer las artesanías que se elaboran en este lugar de la provincia, un gran porcentaje de la población encuestada ha aceptado esta alternativa.

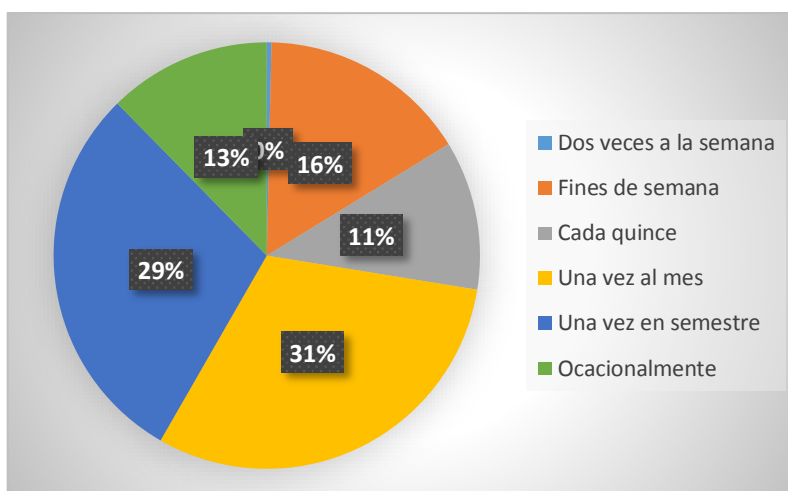
6. ¿Cada qué tiempo asistiría usted y su familia al centro recreativo?

Cuadro N° 10. Frecuencia de visita al centro recreativo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Dos veces a la semana	1	0,35%
Fines de semana	45	15,90%
Cada quince	32	11,31%
Una vez al mes	87	30,74%
Una vez en semestre	83	29,33%
Ocasionalmente	35	12,37%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 7. Frecuencia de visita al centro recreativo



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

### Análisis

La respuesta que más sobresalió es que asistirían una vez al mes con la familia, permitiendo distraerse y salir de la rutina, generando un espacio para la cohesión familiar, permitiendo estimular las actividades en conjunto.

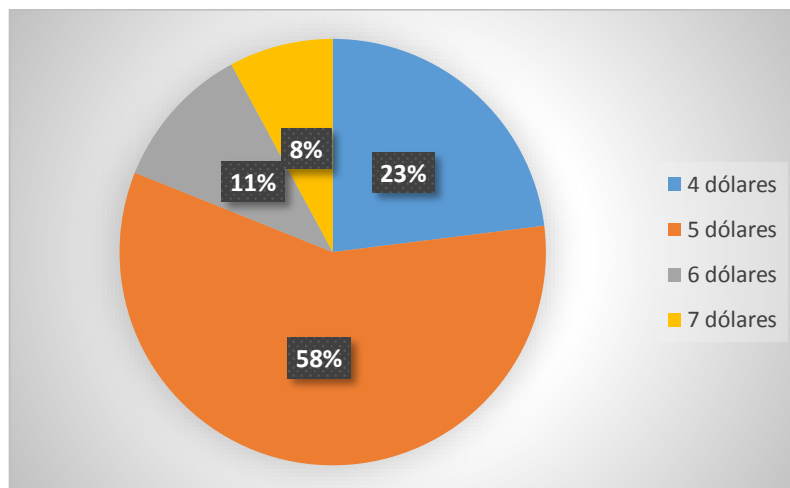
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio en el cual disfrutará de un ambiente acogedor?

Cuadro N° 11. Precio del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
4 dólares	65	22,97%
5 dólares	164	57,95%
6 dólares	31	10,95%
7 dólares	23	8,13%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 8. Precio del servicio



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

El precio que estaría de acuerdo en pagar para obtener este servicio, en su mayoría es de 5 dólares en el que incluye, piscina, juegos infantiles, áreas deportivas, parqueadero, excepto alimentación.

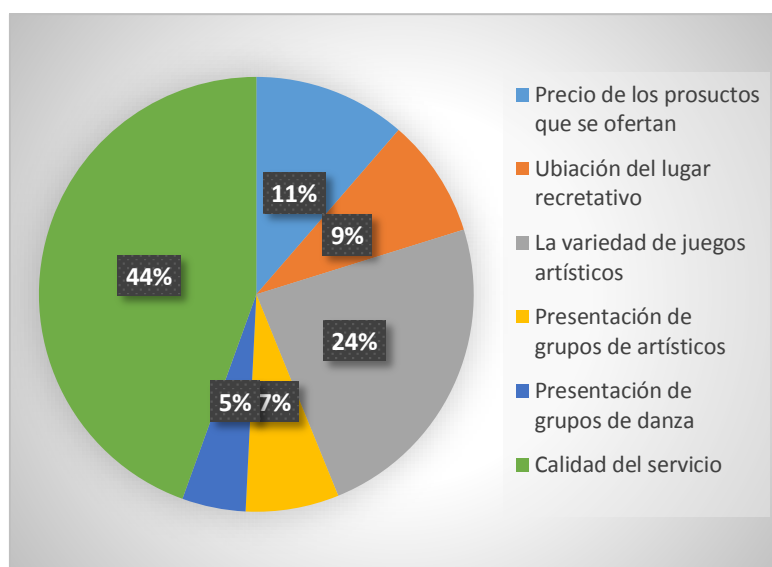
8. ¿Cuál de los criterios siguientes considera fundamental para asistir al centro recreativo?

Cuadro N° 12. Criterios para asistir al centro recreativo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Precio de los productos que se ofertan	32	11,31%
Ubicación del lugar recreativo	25	8,83%
La variedad de juegos artísticos	67	23,67%
Presentación de grupos de artísticos	20	7,07%
Presentación de grupos de danza	13	4,59%
Calidad del servicio	126	44,52%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 9. Criterios para asistir al centro recreativo



FUNTE: Encuesta aplicada a la cabeza de familia de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

Los criterios más importantes que consideran los encuestados son que debe existir calidad del servicio y juegos infantiles, preocupados de la satisfacción de la familia y sobre todo de los hijos menores, tratando de generar una inteligencia cognitiva deportiva desde temprana edad.



### 3.6.2. Encuesta realizada a los turistas de Mira

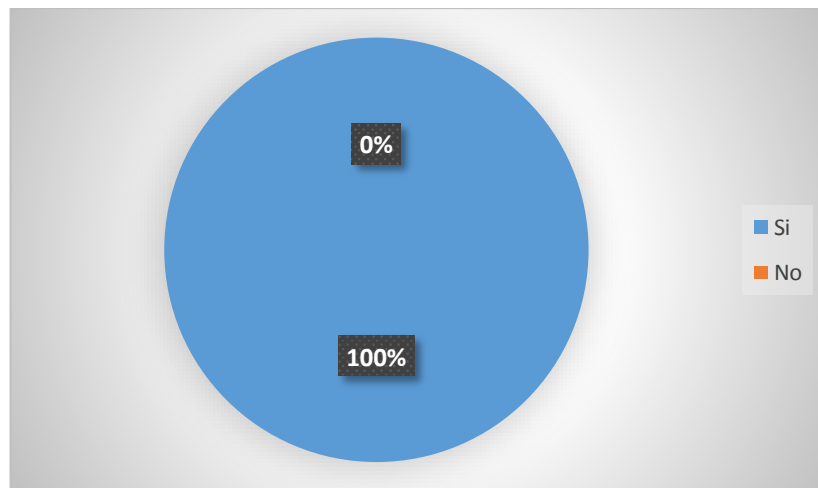
1. Considera que el cantón Mira debe tener un lugar recreativo cerca de la zona urbana.

Cuadro N° 13. Aceptación de un lugar de esparcimiento turístico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	203	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 10. Aceptación de un lugar de esparcimiento turístico



FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

#### Análisis

La consideración es unánime en el deseo de que el cantón Mira tenga un centro recreativo, para tener un lugar donde llegar luego de estar en una actividad propia del sector como las fiestas del lugar, teniendo la oportunidad de tener otros tipos de servicios complementarios, para brindar la mayor satisfacción.

2. ¿Qué tipo de comida se debe ofertar en el centro recreativo?

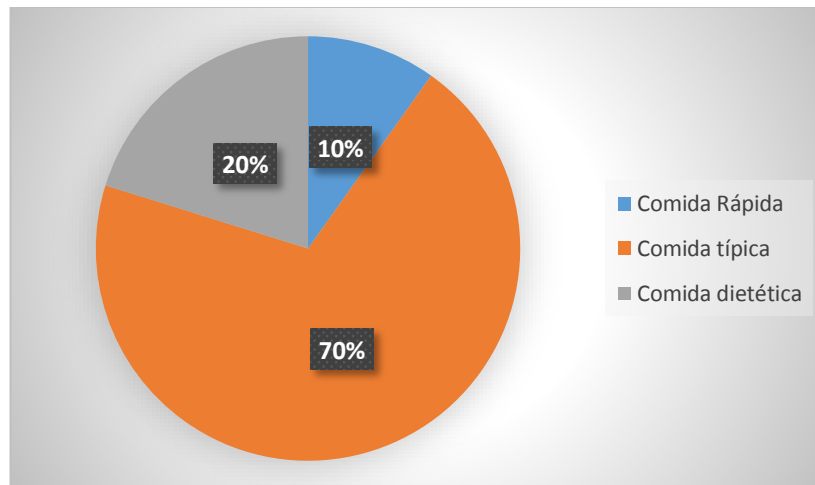
Cuadro N° 14. Gastronomía a ofertar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Comida rápida	20	9,85%
Comida típica	142	69,95%
Comida dietética	41	20,20%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira

Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 11. Gastronomía a ofertar



FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira

Elaborado: Por La Autora

### Análisis

El turista no conoce la alimentación del sector, es por esta razón que prefieren que se oferte comida típica del lugar, con ingredientes que producen sus habitantes, enraizando la identidad gastronómica de este rincón del Ecuador.

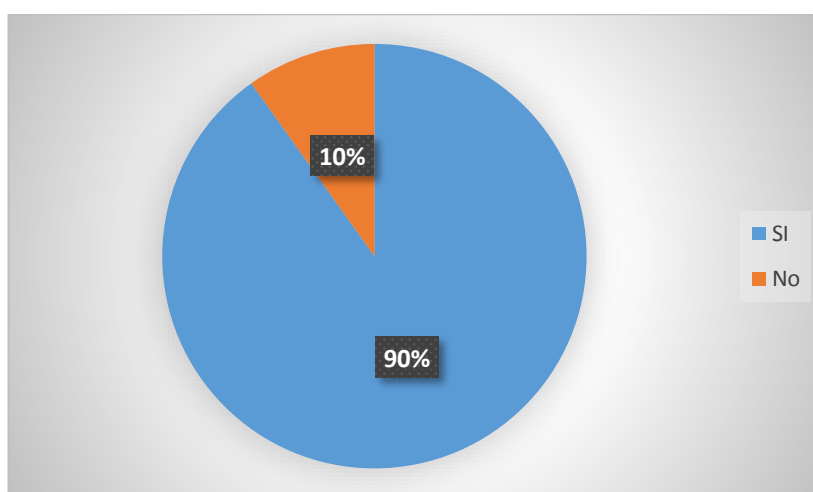
3. ¿En el centro recreativo se debe exponer las artesanías del cantón Mira

Cuadro N° 15. Exposición de artesanías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	183	90,15%
No	20	9,85%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 12. Exposición de artesanías



FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

### Análisis

Uno de los atractivos que evidencia son las artesanías, en base a este razonamiento el centro recreativo necesita ser conocido por su exposición de artesanías que elaboran las personas del catón, impulsando un sector poco conocido a nivel zonal y de país.

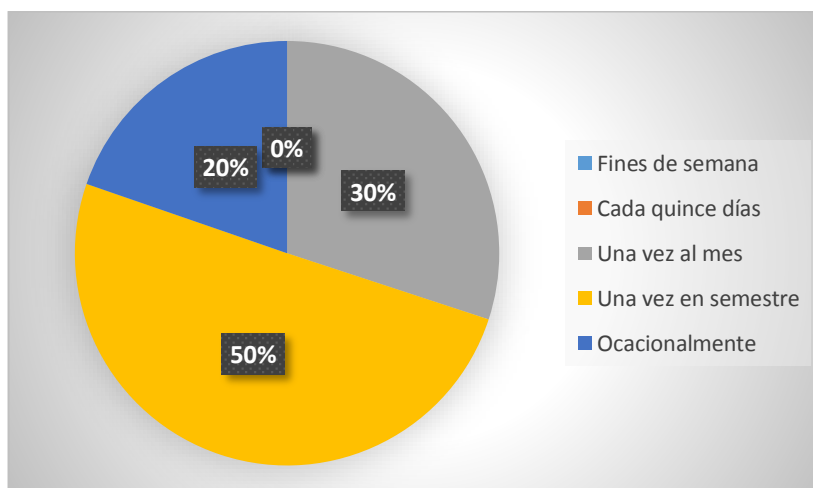
4. ¿Cada que tiempo asistiría usted y su familia al centro recreativo?

Cuadro N° 16. Frecuencia de visita al centro recreativo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	0	0,00%
Cada quince días	0	0,00%
Una vez al mes	61	30,05%
Una vez en semestre	102	50,25%
Ocasionalmente	40	19,70%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por Rosa Carrera

Gráfico N° 13. Frecuencia de visita al centro recreativo



FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

### Análisis

Los turistas están dispuestos a asistir una vez al mes o semestralmente, pero se estima que cambiará al poner en marcha el proyecto, atrayendo a más turistas, lo que beneficiaría a la localidad.

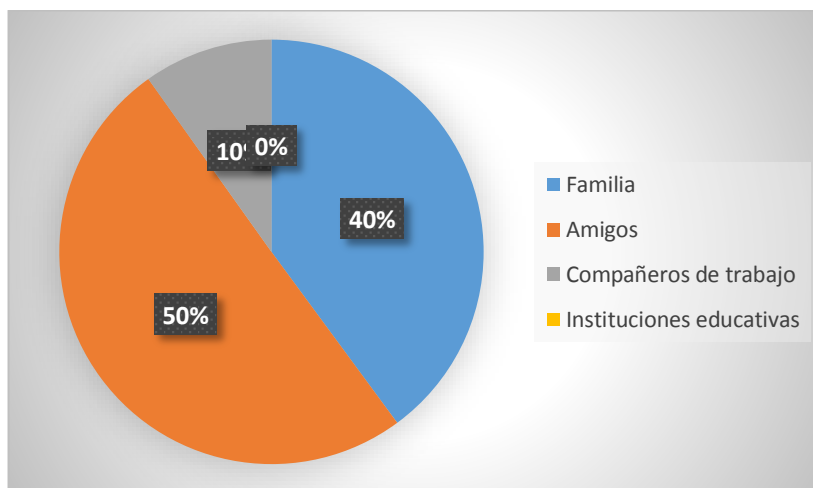
5. ¿Con qué tipo de personas realiza turismo?

Cuadro N° 17. Acompañantes de turismo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Familia	81	39,90%
Amigos	102	50,25%
Compañeros de trabajo	20	9,85%
Instituciones educativas	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta Aplicada a Turistas de Mira  
Elaborado: Por Rosa Carrera

Gráfico N° 14. Acompañantes de turismo



FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

### Análisis

Los turistas encuestados vienen acompañados por amigos en su mayoría pero en segundo lugar vienen con los familiares, los cuales serán los potenciales clientes del centro recreativo, con el objetivo de complacer a este sector tan exigente.

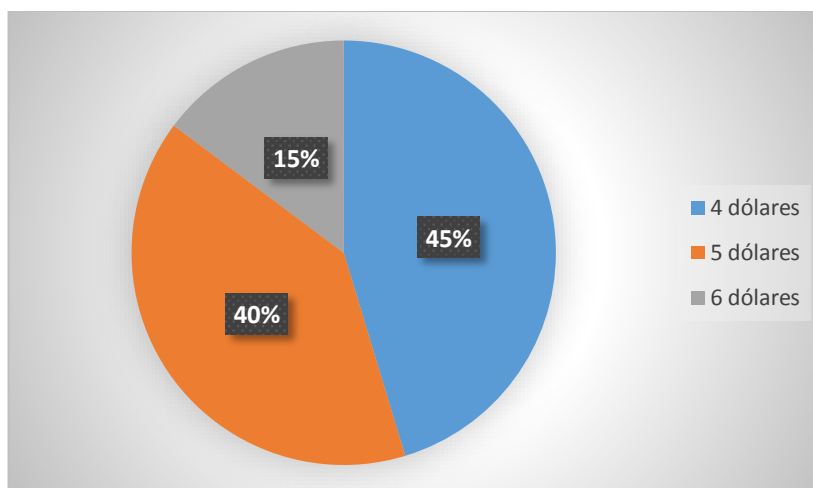
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio en el cual disfrutará de un ambiente acogedor?

Cuadro N° 18. Precio del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
4 dólares	92	45,32%
5 dólares	81	39,90%
6 dólares	30	14,78%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 15. Precio del servicio



FUNTE: Encuesta aplicada a turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

El precio que concuerdan los turistas es de 4 dólares, permitiendo generar un referente para el precio de entrada, para conseguir el mayor número de clientes, hasta que el centro sea reconocido a nivel nacional e internacional.

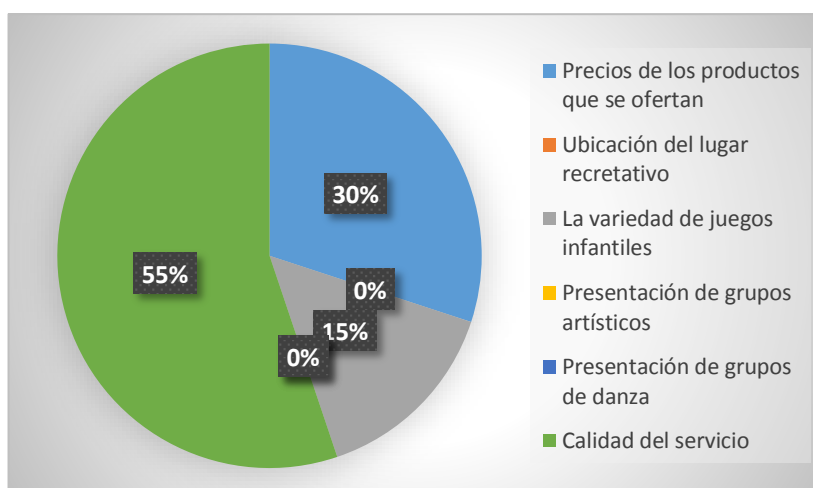
7. ¿Cuál de los criterios siguientes considera fundamental para asistir al centro recreativo?

Cuadro N° 19. Criterios para asistir al centro recreativo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Precio de los productos que se ofertan	61	30,05%
Ubicación del lugar recreativo	0	0,00%
La variedad de juegos infantiles	30	14,78%
Presentación de grupos artísticos	0	0,00%
Presentación de grupos de danza	0	0,00%
Calidad del servicio	112	55,17%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100,00%</b>

FUNTE: Encuesta Aplicada a Turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

Gráfico N° 16. Criterios para asistir al centro Recreativo



FUNTE: Encuesta Aplicada a Turistas de Mira  
Elaborado: Por La Autora

## Análisis

El criterio que más influye en los turistas para asistir al centro recreativo es la calidad que se brinde, por ende se necesita realizar capacitaciones continuas a los trabajadores, para mantener la demanda que se necesita para poner en marcha el proyecto.

### 3.7. Análisis de la demanda

#### 3.7.1. Demanda actual

Según las encuestas realizadas a los pobladores y turistas de Mira, se pudo establecer la demanda anual, en relación a números de veces que asistirían al centro de recreación, de las cuales se detalla pormenorizadamente a continuación.

##### 3.7.1.1. Demanda del servicio

En base a la encuesta aplicada a los cabezas de familia, se determinó que las personas visitarían el centro recreativo en diferentes momentos de tiempo, es decir dos veces a la semana hasta ocasionalmente, alrededor de 57927 personas anualmente.

Tabla N° 3. Demanda anual del servicio para habitantes

Frecuencia	Porcentaje	Cabezas de Familia	Personas por Hogar	Nº de Veces al Año	Demanda
Dos veces a la semana	0,35%	4	3,38	104	1333
Fines de semana	15,90%	171		52	29982
Cada quince	11,31%	121		26	10660
Una vez al mes	30,74%	330		12	13377
Una vez en semestre	29,33%	315		2	2127
Ocasionalmente	12,37%	133		1	448
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>1073</b>			<b>57927</b>

FUNTE: Encuesta Aplicada a la cabeza de familia de Mira

Elaborado: Por Rosa Carrera

De la misma manera se utilizó las encuestas para los turistas, con lo que se estableció que el centro recreativo tendría alrededor de 24789 visitas de turistas.



Tabla N° 4. Demanda anual del servicio para turistas

Frecuencia	Porcentaje	Personas	Nº de Veces al Año	Demanda
Fines de semana	0,00%	0	52	0
Cada quince días	0,00%	0	26	0
Una vez al mes	30,05%	1549	12	18592
Una vez en semestre	50,25%	2591	2	5181
Ocasionalmente	19,70%	1016	1	1016
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>5156</b>		<b>24789</b>

FUNTE: Encuesta Aplicada a Turistas de Mira

Elaborado: Por Rosa Carrera

Sumando las poblaciones demandantes se tendrán un total de 122854 posibles demandantes.

Tabla N° 5. Demanda Anual Consolidada del Servicio

Poblaciones	Demanda Entradas
Población	57927
Turistas	24789
<b>Total</b>	<b>82716</b>

Elaborado: Por Rosa Carrera

### 3.7.1.2. Demanda de platos típicos

También se utilizó la información primaria, obteniendo que de los demandantes solicitaran 5858 platos típicos, ver la siguiente tabla.

Tabla N° 6. Demanda anual de platos típicos habitantes

Frecuencia	Porcentaje	Demanda del Servicio H.	Demanda Platos Típicos H.
Comida típica	20,14%	57927	11667

Elaborado: Por la autora

En este caso exigió más demanda por parte de los turistas, ya que ellos no tienen donde alimentarse, por eso la cantidad de demandantes aumentó.

Tabla N° 7. Demanda anual de platos típicos turistas

Frecuencia	Porcentaje	Demanda del Servicio T.	Demanda Platos Típicos T.
COMIDA TIPICA	69,95%	24789	17340

Elaborado: Por la autora

### 3.7.1.3. Demanda de puestos

Se construirá 10 puestos para arrendar destinados a la venta artesanías.

Tabla N° 8. Puestos disponibles para ventas

<b>Año</b>	<b>Demanda Artesanos</b>
2013	10

Elaborado: Por Rosa Carrera

### 3.7.2. Proyección de la demanda

$$\text{Fórmula N° 1}$$
$$D_p = DA(1 + i)^n$$

DP = Demanda Proyectada

DA = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Tiempo

#### 3.7.2.1. Demanda proyectada de entradas

a) Habitantes de Mira

Para poder proyectar se utilizó la tasa de crecimiento anual de la población, la cual es de 0,70%.

Tabla N° 9. Demanda proyectada para habitantes

<b>Año</b>	<b>Demanda Población</b>
2014	58335
2015	58746
2016	59159
2017	59576
2018	59995

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$D_p = 57927(1 + 0,007)^1$$

$$D_p = 57927(1,007)^1$$

$$D_p = 57927 \times 1,007$$

$$D_p = 58335$$

b) Turistas

La tasa de crecimiento para esta población es de 2,30%, según el boletín Ministerio de Turismo del Ecuador.

Tabla N° 10. Demanda proyectada para turistas

<b>Año</b>	<b>Demanda turística</b>
2014	25359
2015	25942
2016	26539
2017	27150
2018	27774

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora

$$D_p = 24789 (1 + 0,023)^1$$

$$D_p = 24789 (1,023)^1$$

$$D_p = 24789 \times 1,023$$

$$D_p = 25359$$

La demanda total de entradas se obtiene sumando la demanda de habitantes y turistas de cada año, por ende la demanda de entradas en el 2014 es de 83694.

Tabla N° 11. Demanda total de entradas

<b>Año</b>	<b>Demanda Total Entradas</b>
2014	83694
2015	84688
2016	85698
2017	86725
2018	87769

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora

### 3.7.2.2. Demanda proyectada de platos típicos

Se utilizaron las mismas tasas de crecimiento, 0,70% y 2,3%.

#### a) Demanda de platos típicos habitantes

Tabla N° 12. Demanda de platos típicos de habitantes de Mira

<b>Año</b>	<b>Demanda Población</b>
2014	29212
2015	29417
2016	29624
2017	29833
2018	30043

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora

$$D_p = 29007(1 + 0,007)^1$$

$$D_p = 29007(1,007)^1$$

$$D_p = 29007 \times 1,007$$

$$D_p = 29212$$

b) Demanda de platos típicos de turistas

Tabla N° 13. Demanda de platos típicos de turistas

<b>Año</b>	<b>Demanda turística</b>
2014	17739
2015	18147
2016	18564
2017	18991
2018	19428

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$D_p = 17340(1 + 0,023)^1$$

$$D_p = 17340(1,023)^1$$

$$D_p = 17340 \times 1,023$$

$$D_p = 17739$$

Tabla N° 14. Demanda total de platos típicos

<b>Año</b>	<b>Demanda Total de Platos Típicos</b>
2014	46951
2015	47564
2016	48189
2017	48824
2018	49471

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

La demanda total de platos típicos se obtiene sumando la demanda de habitantes y turistas de cada año, por ende la demanda en el 2014 es de 46951.

### 3.7.2.3. Demanda de puestos

La proyección es constante para lo demás años, por ende para todos los años existirá 10 puestos.

### 3.8. Análisis de la competencia

Para proceder al análisis de la competencia, no existen establecimientos que presten este tipo de servicios en la ciudad de Mira.

Respecto a la oferta dentro del sector donde se va a localizar el presente proyecto no existen centros recreativos ni públicos ni privados por ende no hay oferta en la ciudad de Mira, sin embargo se tomó como referencia la parroquia de Ambuquí con el fin de recopilar información sobre el manejo y administración de este tipo de negocio.

Es necesario aclarar que como no existe este tipo de servicio en Mira se establece que la oferta o competencia es cero, es por este motivo que en la proyección de los cinco años no existe oferta en el mercado.

### 3.9. Determinación de la demanda insatisfecha proyectada

#### 3.9.1. Demanda insatisfecha por concepto de entradas

Tabla N° 15. Demanda insatisfecha del servicio (entradas)

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Población</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2014	0	83694	-83694
2015	0	84688	-84688
2016	0	85698	-85698
2017	0	86725	-86725
2018	0	87769	-87769

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora

### 3.9.2. Demanda insatisfecha de platos típicos

Tabla N° 16. Demanda insatisfecha de platos típicos

Año	Oferta	Demanda Población	Demanda Insatisfecha
2013	0	46348	-46348
2014	0	46951	-46951
2015	0	47564	-47564
2016	0	48189	-48189
2017	0	48824	-48824
2018	0	49471	-49471

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

### 3.9.3. Demanda insatisfecha de puestos

Tabla N° 17. Demanda insatisfecha de puesto

Año	Oferta	Demanda Artesanos	Demanda Insatisfecha
2014	0	10	-10
2015	0	10	-10
2016	0	10	-10
2017	0	10	-10
2018	0	10	-10

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

## 3.10. Cantidad proyectada del proyecto

### 3.10.1. Cantidad proyectada de entradas

Una vez establecida la demanda insatisfecha del servicio, se determina que la nueva empresa podrá cubrir el 18,00% de la demanda insatisfecha actual en el primer año, es decir se atendería a 15.065 personas anualmente. Para los demás años crece con el fin de aumentar las metas de ventas, a pesar que la demanda crece, es pertinente crecer las perspectivas porcentuales.

Tabla N° 18. Cantidad proyectada de entradas

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>%</b>	<b>Servicio Estimado</b>
2014	83694	18,00%	15065
2015	84688	19,00%	16091
2016	85698	20,00%	17140
2017	86725	21,00%	18212
2018	87769	22,00%	19309

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

### 3.10.2. Cantidad proyectada de platos típicos

Una vez establecida la demanda insatisfecha de platos típicos, se determina que la unidad productiva estará en capacidad de cubrir el 27% de la demanda insatisfecha actual, en el primer año se atendería a 12.677 personas anualmente.

Tabla N° 19. Cantidad proyectada de platos típicos

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>%</b>	<b>Venta de Platos Típicos</b>
2014	46951	27,00%	12677
2015	47564	27,00%	12842
2016	48189	27,00%	13011
2017	48824	27,00%	13183
2018	49471	27,00%	13357

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

### 3.10.3. Cantidad proyectada de arriendos

En este caso se determina que nueva empresa estaría en la capacidad de cubrir el 100% de la demanda insatisfecha, como los puestos son 10, por ende se arrendará los 10 locales.

### 3.11. Precio de los servicios

La inflación es importante conocer de los últimos años, para saber la tendencia de los precios en el país, como se va a proyectar para 5 años, se tomó los datos de los últimos 5 años anteriores, ver tabla siguiente:



Tabla N° 20. Datos históricos de la inflación

<b>Año</b>	<b>D. Históricos</b>
2009	4,30%
2010	3,30%
2011	4,50%
2012	4,16%
2013	2,70%
Sumatoria	18,96%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaborado por: La Autora

$$\text{Inflación Promedio} = \frac{\Sigma \text{ de Inflaciones}}{\text{Número de datos}}$$

$$\text{Inflación Promedio} = \frac{18,96\%}{5}$$

$$\text{Inflación Promedio} = 3,79\%$$

### 3.11.1. Precio de las entradas

El precio se estableció por las encuestas aplicadas a las diferentes poblaciones que son objeto de estudio, la más aceptada es 4 dólares, en tal circunstancia, se procede a proyectar los precios para los siguientes años.

Tabla N° 21. Precio proyectados de entradas

<b>Año</b>	<b>Precio Entradas</b>
2014	4,15
2015	4,31
2016	4,47
2017	4,64
2018	4,82

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: La Autora

$$D_p = 4(1 + 0,0379)^1$$

$$D_p = 4(1,0379)^1$$

$$Dp = 4 \times 1,0379$$

$$Dp = 4,15$$

Tabla N° 22. Precio proyectados de fritada

<b>Año</b>	<b>Precio de Fritada</b>
2014	5,19
2015	5,39
2016	5,59
2017	5,80
2018	6,02

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$Dp = 5(1 + 0,0379)^1$$

$$Dp = 5(1,0379)^1$$

$$Dp = 5 \times 1,0379$$

$$Dp = 5,19$$

Tabla N° 23. Precios proyectados de cuy

<b>Año</b>	<b>Precio del Cuy</b>
2014	15,57
2015	16,16
2016	16,77
2017	17,41
2018	18,07

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$Dp = 15(1 + 0,0379)^1$$

$$Dp = 15(1,0379)^1$$

$$Dp = 15 \times 1,0379$$

$$Dp = 15,57$$

Tabla N° 24, Precio proyectados de sopa de pollo

<b>Año</b>	<b>Precio de la sopa de pollo</b>
2014	2,59
2015	2,69
2016	2,80
2017	2,90
2018	3,01

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$Dp = 2,50(1 + 0,0379)^1$$

$$Dp = 2,50(1,0379)^1$$

$$Dp = 2,50 \times 1,0379$$

$$Dp = 2,59$$

Tabla N° 25. Precios proyectados de crema de choclo

<b>Año</b>	<b>Precio de la crema de choclo</b>
2014	2,08
2015	2,15
2016	2,24
2017	2,32
2018	2,41

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$Dp = 2(1 + 0,0379)^1$$

$$Dp = 2(1,0379)^1$$

$$Dp = 2 \times 1,0379$$

$$Dp = 2,08$$

Tabla N° 26. Precios proyectados de arriendo

<b>Año</b>	<b>Precio del arriendo</b>
2014	103,79
2015	107,73
2016	111,81
2017	116,05
2018	120,45

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

$$D_p = 100(1 + 0,0379)^1$$

$$D_p = 100(1,0379)^1$$

$$D_p = 100 \times 1,0379$$

$$D_p = 103,79$$

### **3.12. Publicidad y Promoción**

La publicidad es uno de los elementos primordiales de la promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso.

Para promocionar este proyecto se utilizarán las siguientes estrategias con el fin de posicionar en el mercado los servicios que se ofertan:

- Utilizar los medios locales como radio y prensa para informar a la ciudadanía de los servicios que se prestan
- Hacer uso de las redes sociales y página web de Mira para dar a conocer el centro recreativo principalmente para la población joven.
- Elaborar trípticos informativos y repartirlos principalmente en las fiestas de la localidad aprovechando esta oportunidad para promocionar el centro recreativo a los turistas que visitan Mira en estas fechas.
- Obsequiar pases de cortesía entre los clientes que hacen uso de las instalaciones.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **4.1. Tamaño del Proyecto**

En este punto es importante considerar que la nueva unidad productiva debe tener una capacidad instalada para recibir alrededor de 1666 personas mensualmente, 20000 visitantes al año, el requerimiento en cuanto a infraestructura es un lugar cómodo con todas las instalaciones necesarias para que los clientes puedan disfrutar de un ambiente de sano esparcimiento que brinde servicios de calidad.

El proyecto iniciará atendiendo 15.065 visitantes el primer año lo que representa aproximadamente el ,75% de la capacidad Instalada y para los próximos años se incrementará el nivel del servicio en un 1% de la demanda insatisfecha.

#### **4.2. Localización**

Para el presente estudio se ha determinado ubicar el centro recreativo en la provincia del Carchi, ya que por sus características es la alternativa más viable para la puesta en marcha de este proyecto.

##### **4.2.1. Macro localización del proyecto**

Tomando en cuenta las bondades climáticas, vías de acceso, el proyecto se desarrollará en la región sierra norte del Ecuador, en la provincia de Carchi, la cual tiene diversos climas, a varias horas se puede disfrutar del calor, como también del extremo frío, estos pisos latitudinales hace que la

flora y fauna también sea diversa. Específicamente se ubicará en el cantón Mira, debido a sus bondades climáticas y hermosos paisajes.

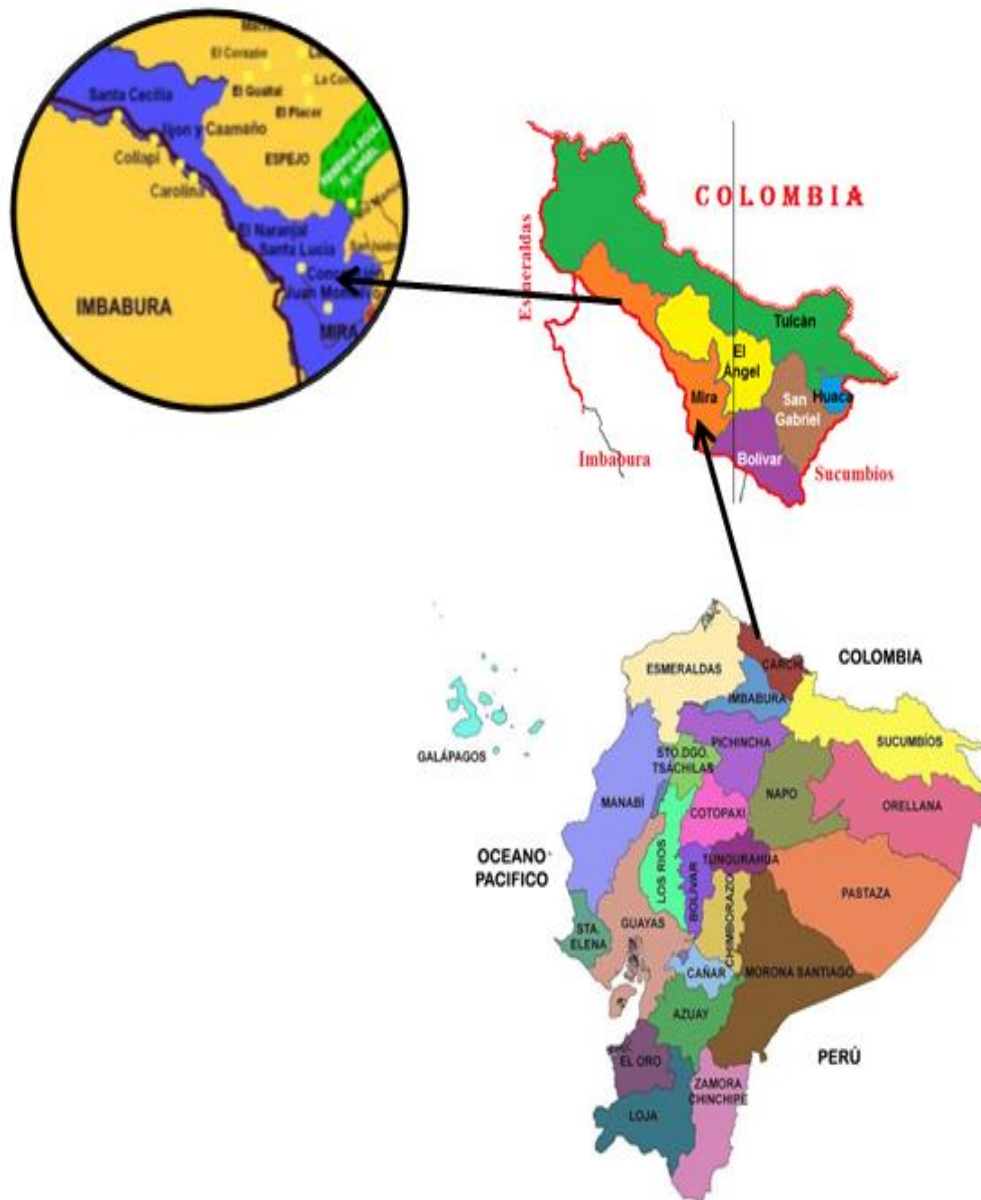
El centro recreativo se ubicará en:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Carchi

Ciudad: Mira



#### 4.2.2. Micro localización del proyecto

Para la implementación del centro recreativo se ha considerado ubicarlo en el sector de Las Parcelas, Parroquia Mira, en un terreno de propiedad del Sr. Gonzalo Carrera, y se han analizado los siguientes aspectos con la ayuda de una matriz locacional:

Cuadro N° 20. Factores para determinar la micro localización

FACTORES	Peso	Ingreso a Mira zona norte		Pueblo Viejo		Las Parcelas	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costos y medios de transporte	0,2	9	1,8	7	1,4	8	1,6
Disponibilidad de mano de obra	0,2	9	1,8	7	1,4	9	1,8
Cercanía a fuentes de abastecimiento de materia prima	0,1	8	0,8	6	0,6	7	0,7
Infraestructura	0,2	8	1,6	7	1,4	8	1,6
Ambiente	0,2	7	1,4	7	1,4	9	1,8
Costo de terrenos	0,1	7	0,7	7	0,7	9	0,9
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>8,1</b>		<b>6,9</b>		<b>8,4</b>

Elaborado por: La Investigadora

##### 4.2.2.1. Costos y medios de transporte

Existe variedad de transporte en el sector, permitiendo un fácil acceso de la materia prima lo que abaratará costos, además los visitantes podrán llegar con facilidad debido a que el centro recreativo se encuentra a pocos pasos de la panamericana.

##### 4.2.2.2. Costos y disponibilidad de mano de obra

En cuanto a la mano de obra existe disponibilidad de la misma debido a la cercanía a la ciudad, la cual recibirá una remuneración justa de acuerdo a las leyes vigentes en el país.

#### **4.2.2.3. Cercanía a las fuentes de abastecimiento de materia prima**

Gracias al lugar estratégico donde se encuentra ubicado el centro recreativo, la compra y transporte de materias primas se las puede realizar con facilidad y rapidez permitiendo una reducción de costos para el proyecto.

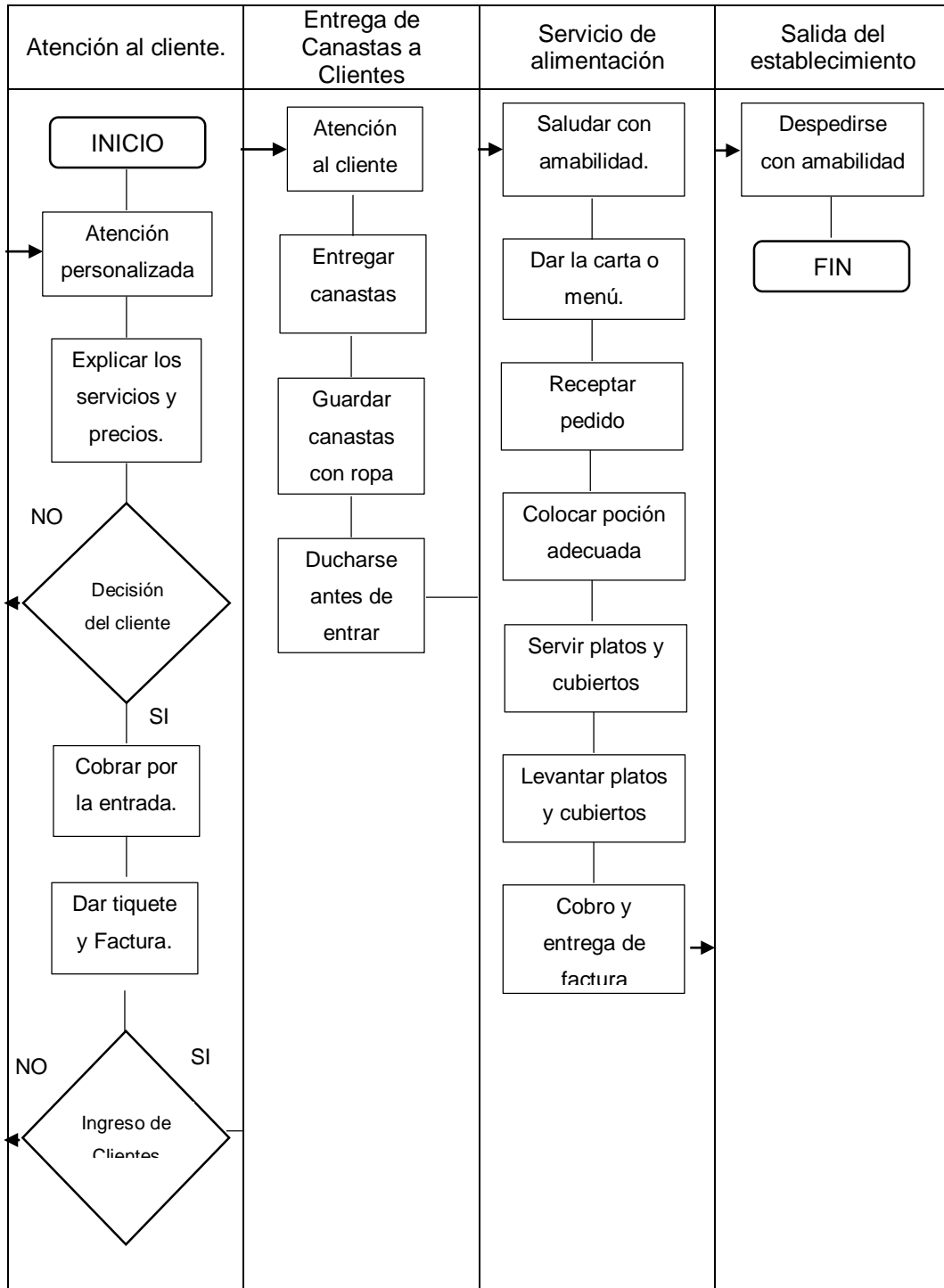
#### **4.2.2.4. Infraestructura**

El lugar cuenta con todos los servicios básicos como agua, energía eléctrica, teléfono y alcantarillado, además se construirán instalaciones de calidad que brinden el mejor servicio a los clientes.



### 4.3. Ingeniería del proyecto

#### 4.3.1. Procesos

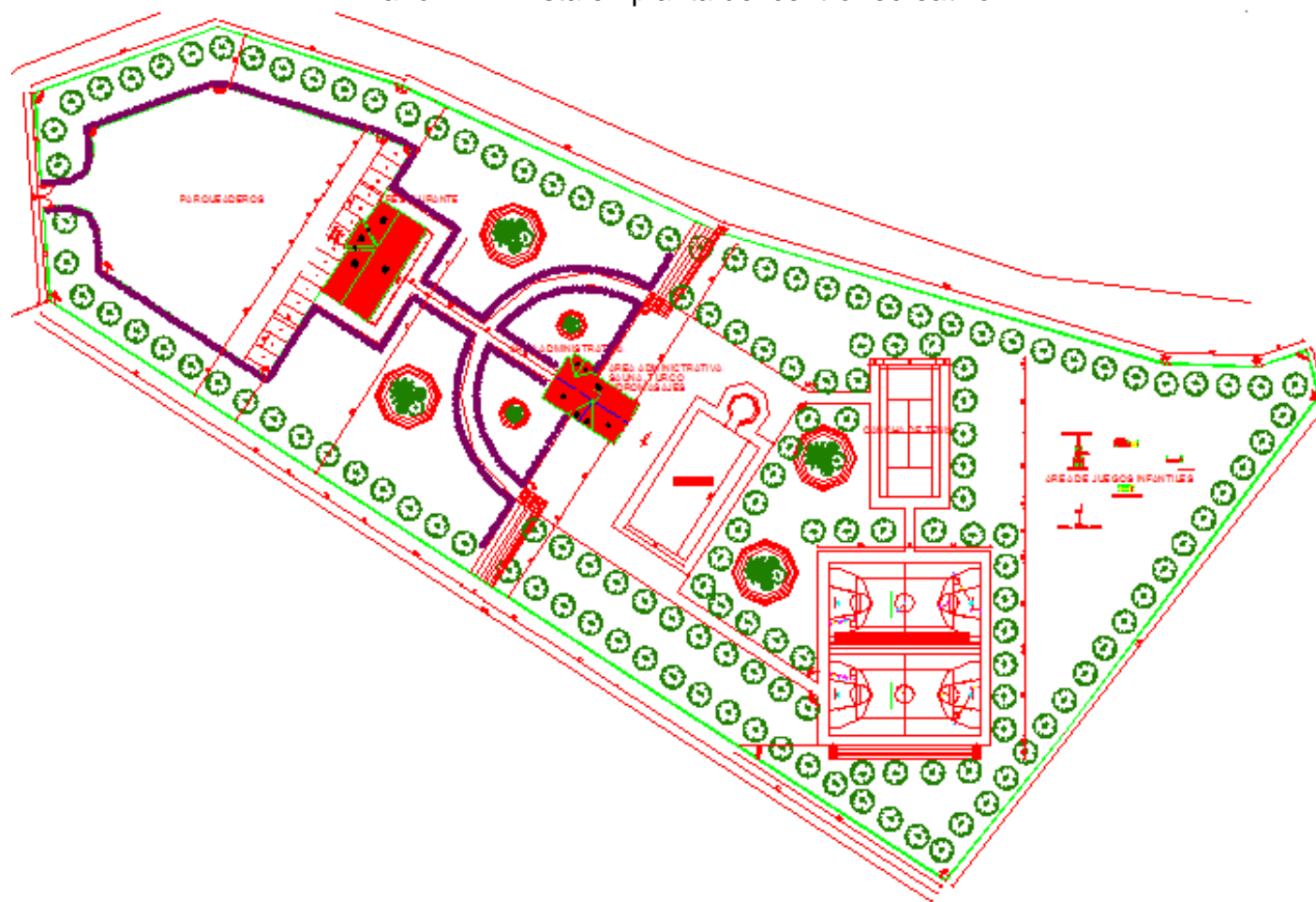


#### **4.3.2. Obras civiles**

Se refiere a los requerimientos de infraestructura civil, recursos materiales, y recursos humanos que el centro recreativo requiere para su ejecución. Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará el centro recreativo, sus oficinas administrativas y demás requerimientos.

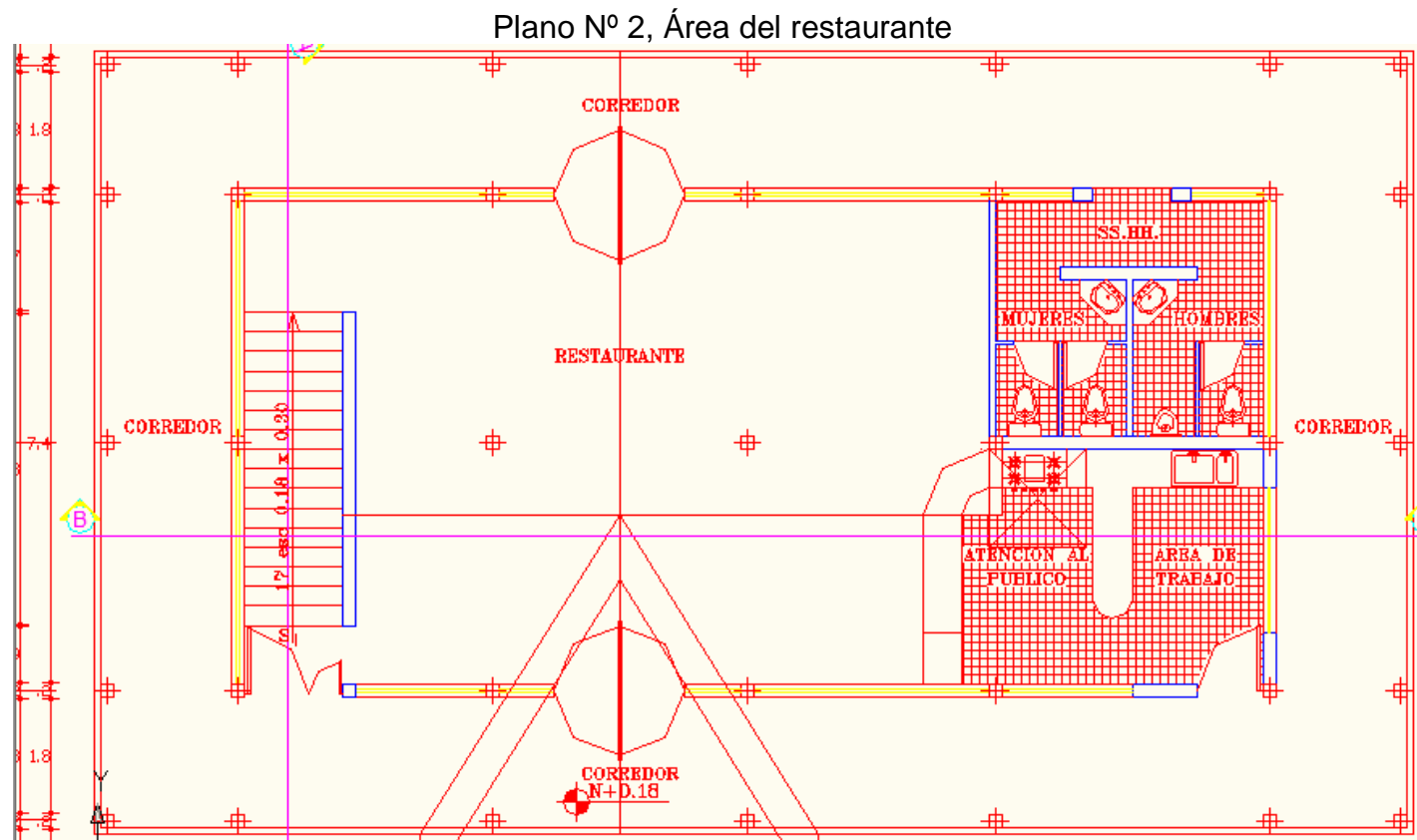
La empresa contará con diferentes áreas y espacio que se detallan a continuación:

Plano N° 1. Vista en planta del centro recreativo



FUENTE: Ingeniero Civil Horacio Mena

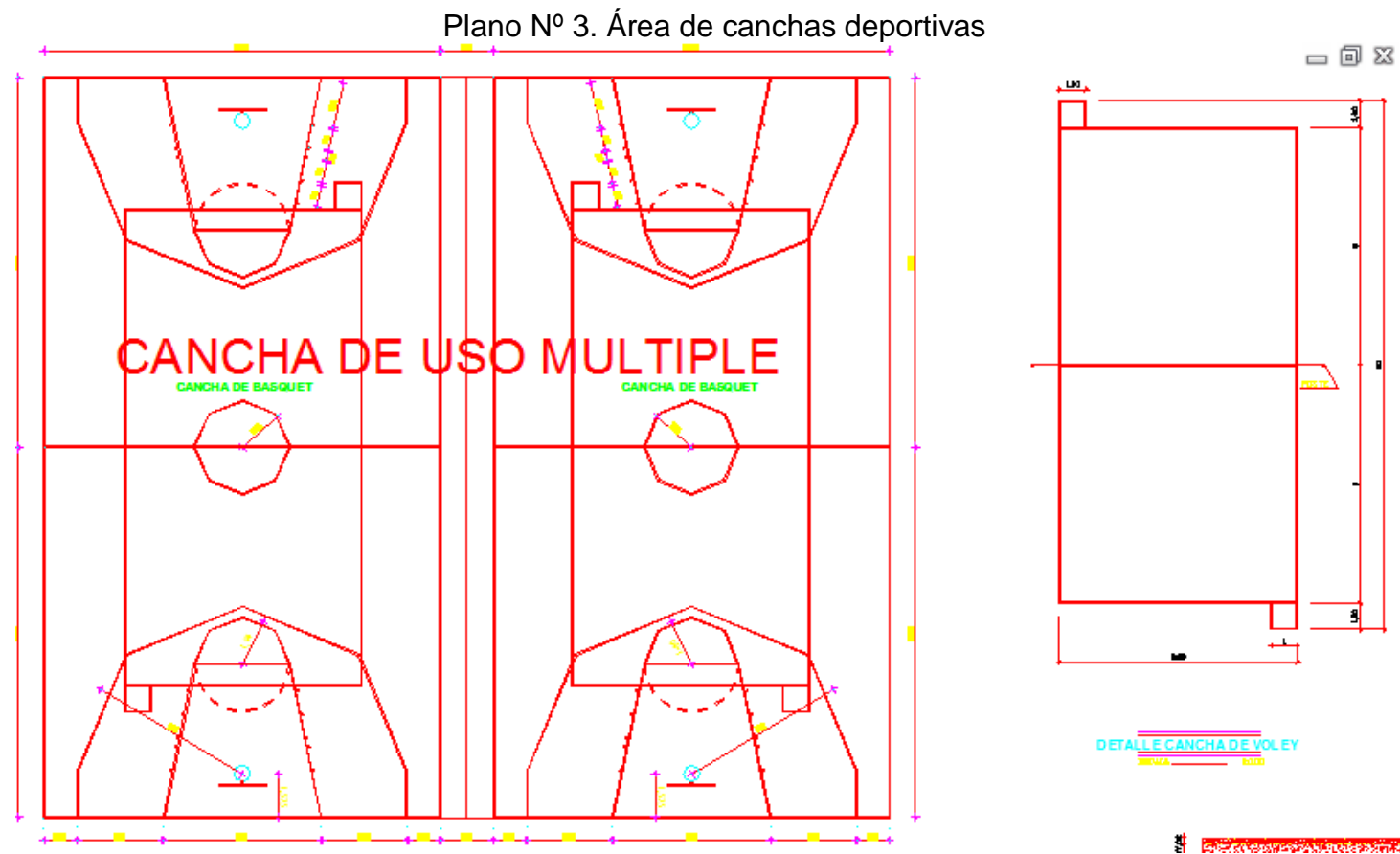
#### 4.3.2.1. Área de restaurante



FUENTE: Ingeniero Civil Horacio Mena

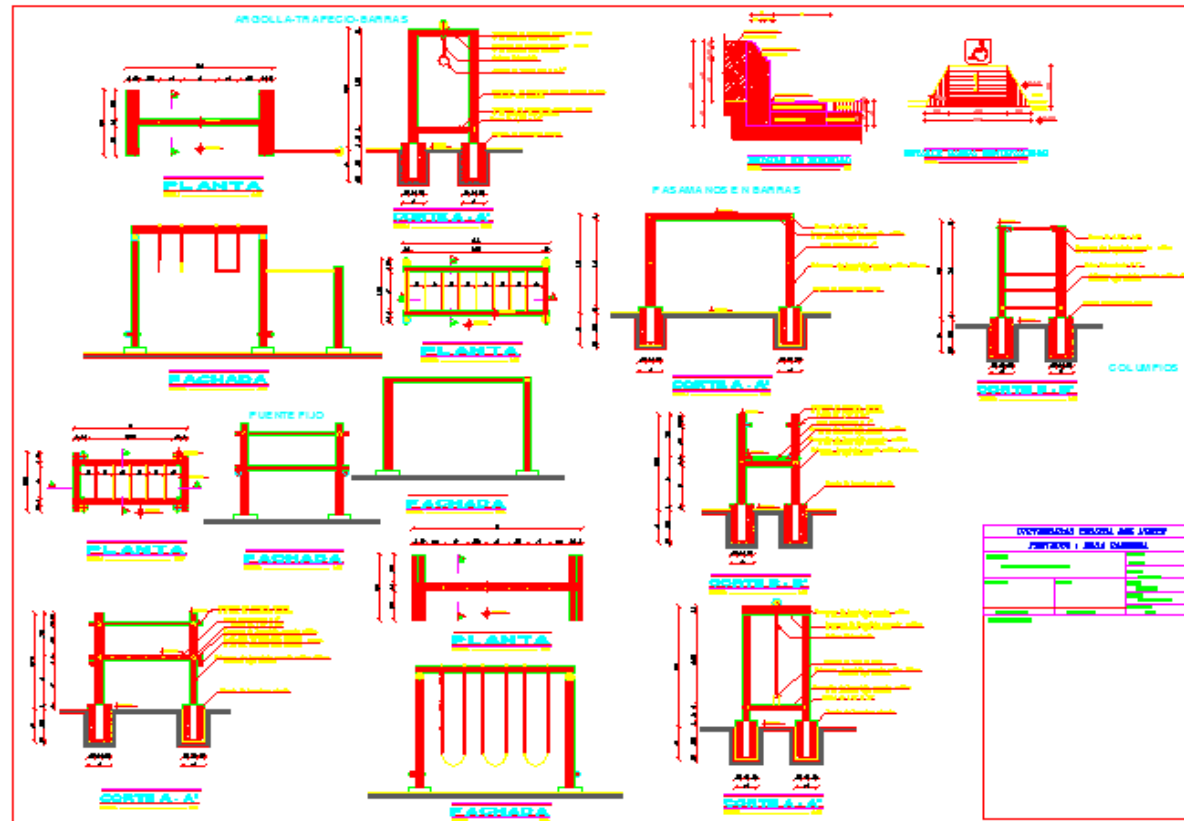
**Área de Restaurante:** Restaurante, Sala de espera

#### 4.3.2.2. Canchas deportivas



#### 4.3.2.3. Juegos infantiles

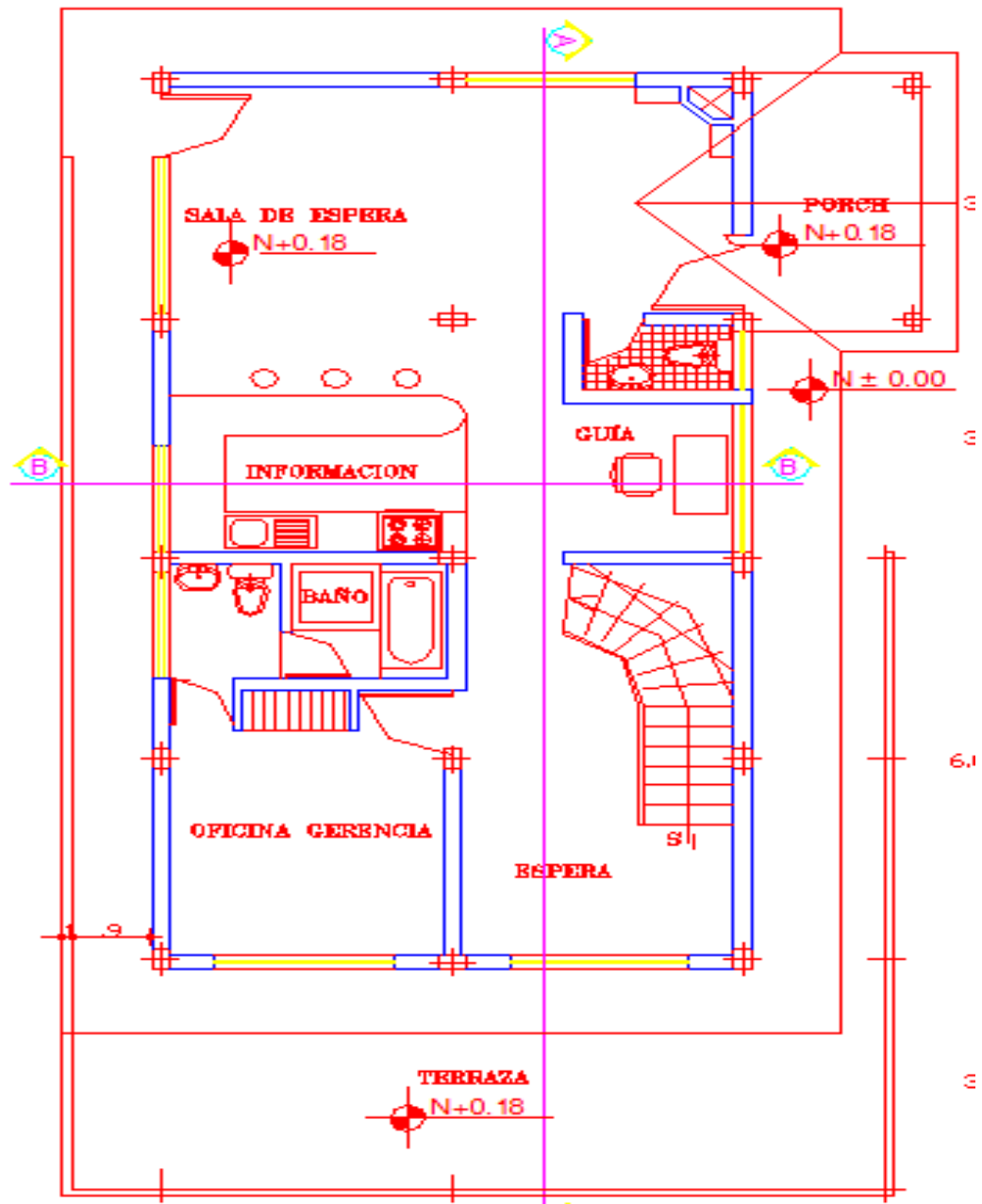
#### Plano N° 4. Área de juegos infantiles



FUENTE: Ingeniero Civil Horacio Mena

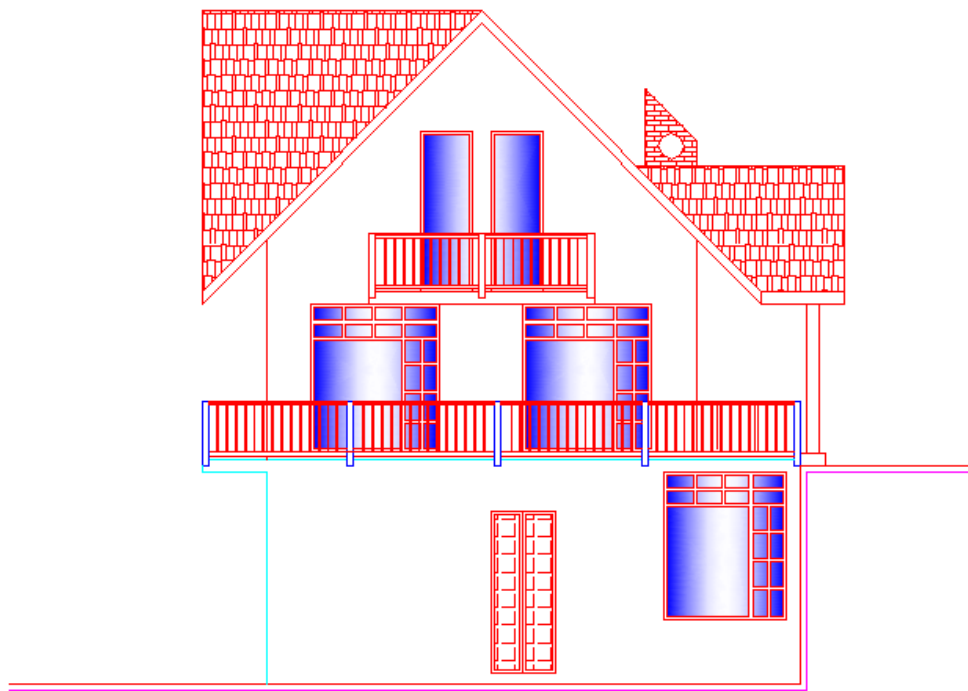
#### 4.3.2.4. Área administrativa

Tabla N° 27. Área administrativa



FUENTE: Ingeniero Civil Horacio Mena

Área Administrativa: Gerencia, Contabilidad, Recepción y Sala de espera



## FACHADA FRONTAL

Área de Piscina: Piscina, Vestidores y Baños damas y caballeros.

### 4.4. Presupuesto técnico

A continuación se detallan los componentes, superficie y los valores de la inversión que se realizará en la construcción de edificaciones y demás instalaciones de obra civil, de acuerdo al presupuesto realizado por el Ingeniero Civil Horacio Mena.



#### 4.4.1. Inversiones fijas

##### 4.4.1.1. Terreno

El terreno es de propiedad de los socios, lo será parte del capital.

Tabla N° 28. Terreno

<b>Terreno</b>	<b>Área m 2</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Activo Fijo No Depreciable	4000	3,00	12000,00
<b>Total</b>			<b>12000</b>

FUENTE: La Investigadora

##### 4.4.1.2. Infraestructura

La infraestructura está acorde a las especificaciones técnicas, en metros y el costo por metro cuadrado construido.

Tabla N° 29. Infraestructura del Centro Recreativo

<b>Restaurante</b>	<b>Área m 2</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Cocina	30	300,00	9000,00
Restaurante	90	300,00	27000,00
<b>Subtotal</b>	<b>120</b>	<b>300,00</b>	<b>36000,00</b>
<b>Sector Administrativa</b>	<b>Área m 2</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Oficinas Administrativas	60	300,00	18000,00
<b>Subtotal</b>	<b>60</b>	<b>300</b>	<b>18000,00</b>
<b>Sector Recreativo y Deportivo</b>	<b>Área m 2</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Canchas de uso múltiple	624	15,00	9360,00
Cancha de tenis	196	15,00	2940,00
Juegos Infantiles	200	15,00	3000,00
<b>Subtotal</b>	<b>1020</b>	<b>15,00</b>	<b>15300,00</b>
<b>Área de Piscina</b>	<b>Área m 2</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Piscina, Sauna Hidromasaje, Vestidores	250	250,00	62500,00
<b>Subtotal</b>	<b>250</b>	<b>300,00</b>	<b>62500,00</b>
<b>Área de Parqueadero</b>	<b>Área m 2</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Parqueadero y espacios verdes	200	15,00	3000,00
<b>Subtotal</b>	<b>200</b>	<b>15,00</b>	<b>3000,00</b>
<b>Total</b>	<b>1650</b>	<b>81,70</b>	<b>134800,00</b>

Fuente: Ingeniero Civil Horacio Mena  
Elaborado por: La Investigadora

#### 4.4.1.3. Muebles y equipos

##### a) Muebles y equipos de cocina

En base a las necesidades se estableció adquirir 11 implementos de cocina, entre los más importantes están: cocina industrial, gas, refrigeradora, congelador, vitrina, licuadora, batidora, olla de presión, juego de ollas, vajilla y cubiertos.

Tabla N° 30. Implementos de cocina

<b>Implementos de Cocina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Cocina industrial	2	220,00	440,00
Cilindro de gas	3	45,00	135,00
Refrigeradora	1	670,00	670,00
Congelador	1	560,00	560,00
Vitrina	1	985	985,00
Licuadora	2	85,00	170,00
Batidora	1	60,00	60,00
Olla de presión	1	100,00	100,00
Juego de ollas	1	150,00	150,00
Vajilla	100	2,50	250,00
Cubiertos	100	5,00	500,00
<b>Total</b>			<b>4020,00</b>

Elaborado por: La Investigadora

##### b) Muebles y equipo de oficina

La ergonomía que se necesita en la unidad productiva debe ser la óptima, es por eso que se comprará muebles y equipo de oficina acorde a las comodidades de los trabajadores, permitiendo que la mano de obra se sienta satisfecha y que trabajen con tranquilidad y dinamismo, permitiendo tener el máximo de trabajo.

Tabla N° 31. Muebles y equipo de oficina

<b>Muebles de Producción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Mesas	15	22	330,00
Sillas	60	6,7	402,00
Mesa de trabajo	1	80	80,00
<b>Subtotal</b>			<b>812,00</b>
Muebles administrativos			
Escritorio gerencial	1	375,00	375,00
Escritorio contadora	1	225,00	225,00
Escritorio de la recaudadora	1	125,00	125,00
Silla gerencial	1	180,00	180,00
Silla secretariado	1	90,00	90,00
Silla recaudadora	1	60,00	60,00
Modular	1	145,00	145,00
Archiveros	2	210,00	420,00
Juego de sala	1	800,00	800,00
			2420,00
<b>Total</b>			<b>3232,00</b>

Elaborado por: La Investigadora

#### 4.4.1.4. Equipo de computación

El equipo de computación será utilizado por la parte administrativa y de ventas, es decir: el gerente, contador(a) y recaudador(a), para optimizar el tiempo en realizar estas labores diarias con el objetivo de ser productivos en la empresa.

Tabla N° 32. Equipo de computación

<b>Equipo de Computación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Computadora e impresora	3	620,00	1860,00
<b>Total</b>			<b>1860,00</b>

Fuente: Redycom

Elaborado por: La Investigadora

#### 4.4.1.5. Resumen de inversión fija

En el siguiente cuadro se muestra el resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto

Tabla N° 33. Resumen de activos fijos

<b>Activos fijos</b>	<b>Total a invertir</b>
Terreno	12000,00
Edificación	134800,00
Cocina	4020,00
Muebles y Equipos de Oficina	3232,00
Equipo de Computación	1860,00
<b>Total</b>	<b>155912,00</b>

Elaborado por: La Investigadora

#### 4.4.2. Inversiones diferidas

Tabla N° 34. Inversiones diferidas

<b>Servicios de constitución</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Minuta	1	30,00	30,00
Prensa	1	150,00	150,00
Registro de la Propiedad	1	850,00	850,00
Patente Municipal	1	100,00	100,00
<b>Total</b>			<b>1130,00</b>

Elaborado por: La Investigadora

Se necesita estar legalmente constituidos, es por esto que antes de poner en marcha la empresa se debe invertir en gastos de constitución, las cuales estarán diferidas para ser canceladas al tiempo que fije el contador(a).

#### 4.4.3. Capital de trabajo

Tabla N° 35. Capital de trabajo

<b>Costos y gastos del servicio</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Costos de Producción de Servicio	6381,66	76579,91
Gastos Administrativos	2197,62	26371,48
Gastos de Ventas	975,49	11705,87
<b>Total</b>	<b>9554,77</b>	<b>114657,26</b>

Elaborado por: La Investigadora

El capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto es de dos meses es decir  $9554,77 \times 2 = 19.109,54$

#### 4.4.4. Inversión total del proyecto

La inversión total necesaria para poner en marcha el proyecto se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla N° 36. Inversión total del proyecto

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>	<b>%</b>
Activos fijos	155912,00	88,51%
Gastos de Constitución	1130,00	0,64%
Capital de Trabajo (2 meses)	19109,54	10,85%
<b>Total</b>	<b>176151,54</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: La Investigadora

Se calculó para dos meses el capital de trabajo, por cualquier imprevisto que exista al comenzar la empresa.

#### 4.4.5. Financiamiento

El financiamiento del proyecto se lo realizará el 45% con capital propio y el resto será financiado a través de la Corporación Financiera Nacional.

Tabla N° 37. Financiamiento

<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>	<b>%</b>
Capital Propio	76151,54	43,23%
Crédito	100000,00	56,77%
<b>Total</b>	<b>176151,54</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: La Investigadora

#### 4.4.6. Talento humano

El personal necesario para el funcionamiento del centro recreativo tanto para la parte de producción como para la administrativa se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla N° 38. Talento humano requerido

<b>Puesto</b>	<b># Personas</b>
Área Administrativa	
Gerente	1
Contadora	1
Auxiliar de Servicios	1
Área de Ventas	
Recaudadora	1
Área Operativa	
Cocinero	1
Mesero	1
<b>Total</b>	<b>6</b>

Elaborado por: La Investigadora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### 5.1. Ingresos

Los ingresos que se estiman obtener es por la venta de los diferentes servicios, como son: entradas, venta de platos típicos y arriendos de puestos. Se proyectó los precios por medio del promedio de la inflación la cual es del 3,79%.

Tabla N° 39. Ingresos por Servicios

<b>Servicios \ Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Entradas</b>	15065	16091	17140	18212	19309
Precio	4,15	4,31	4,47	4,64	4,82
Subtotal	62544,89	69336,84	76657,45	84543,56	93034,47
<b>Platos Típicos</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Fritada</b>	6338	6421	6505	6591	6679
Precio	5,19	5,39	5,59	5,80	6,02
Subtotal	32893,41	34586,94	36369,80	38246,79	40223,02
<b>Cuy</b>	6338	6421	6505	6591	6679
Precio	15,57	16,16	16,77	17,41	18,07
Subtotal	98680,22	103760,83	109109,39	114740,37	120669,05
<b>Sopa de Pollo</b>	6338	6421	6505	6591	6679
Precio	2,59	2,69	2,80	2,90	3,01
Subtotal	16446,70	17293,47	18184,90	19123,40	20111,51
<b>Crema de Choclo</b>	6338	6421	6505	6591	6679
Precio	2,08	2,15	2,24	2,32	2,41
Subtotal	13157,36	13834,78	14547,92	15298,72	16089,21
<b>Arriendo</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Arriendo de Puestos</b>	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Precio	103,79	107,73	111,81	116,05	120,45
Subtotal	1037,92	1077,28	1118,13	1160,53	1204,53
<b>Total</b>	<b>224760,50</b>	<b>239890,15</b>	<b>255987,59</b>	<b>273113,37</b>	<b>291331,79</b>

Elaborado por: La Investigadora

## 5.2. Egresos

### 5.2.1. Costos del Servicio

#### 5.2.1.1. Costo de la Alimentación

Tabla N° 40. Costos del Servicio

<b>Años Fritada</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Carne de Cerdo (Libras)	1585	1605	1626	1648	1670
Precio	2,08	2,15	2,24	2,32	2,41
Subtotal	3289,34	3458,69	3636,98	3824,68	4022,30
Papas	63	64	65	66	67
Precio	15,57	16,16	16,77	17,41	18,07
Subtotal	986,80	1037,61	1091,09	1147,40	1206,69
Maíz (Libras)	634	642	651	659	668
Precio	1,04	1,08	1,12	1,16	1,20
Subtotal	657,87	691,74	727,40	764,94	804,46
Cebolla (Atado)	12,68	12,84	13,01	13,18	13,36
Precio	10,38	10,77	11,18	11,61	12,05
Subtotal	131,57	138,35	145,48	152,99	160,89
Tomate Riñón (Cajas)	42	43	43	44	45
Precio	8,30	8,62	8,95	9,28	9,64
Subtotal	350,92	368,98	388,00	408,03	429,11
Aguacate	528	535	542	549	557
Precio	0,31	0,32	0,34	0,35	0,36
Subtotal	164,47	172,93	181,85	191,23	201,12
<b>Cuy</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cuyes	6338	6421	6505	6591	6679
Precio	8,82	9,16	9,50	9,86	10,24
Subtotal	55918,79	58797,81	61828,66	65019,54	68379,13
Papas	63	64	65	66	67
Precio	15,57	16,16	16,77	17,41	18,07
Subtotal	986,80	1037,61	1091,09	1147,40	1206,69
Maíz (Libras)	634	642	651	659	668
Precio	1,04	1,08	1,12	1,16	1,20
Subtotal	657,87	691,74	727,40	764,94	804,46
Tomate Riñón (Cajas)	42	43	43	44	45
Precio	8,30	8,62	8,95	9,28	9,64
Subtotal	350,92	368,98	388,00	408,03	429,11
Aguacate	528	535	542	549	557
Precio	0,31	0,32	0,34	0,35	0,36



Subtotal	164,47	172,93	181,85	191,23	201,12
Demás Ingredientes	120	120	120	120	120
Precio	2,08	2,15	2,24	2,32	2,41
Subtotal	249,10	258,55	268,35	278,53	289,09
<b>Sopa de Pollo</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Pollo	792	803	813	824	835
Precio	6,23	6,46	6,71	6,96	7,23
<b>Subtotal</b>	4934,01	5188,04	5455,47	5737,02	6033,45
Papas	21	21	22	22	22
Precio	15,57	16,16	16,77	17,41	18,07
<b>Subtotal</b>	328,93	345,87	363,70	382,47	402,23
<b>Crema de Choclo</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Choclo	528	535	542	549	557
Precio	1,04	1,08	1,12	1,16	1,20
<b>Subtotal</b>	548,22	576,45	606,16	637,45	670,38
Demás Ingredientes	60	60	60	60	60
Precio	2,08	2,15	2,24	2,32	2,41
<b>Subtotal</b>	124,55	129,27	134,18	139,26	144,54
<b>Total</b>	<b>69844,64</b>	<b>73435,56</b>	<b>77215,66</b>	<b>81195,14</b>	<b>85384,77</b>

Elaborado por: La Investigadora

Es necesario comprar los diferentes ingredientes, para elaborar los platos típicos del servicio, los ingredientes que más se repiten son: papas, aguacate y tomate riñón.

#### 5.2.1.2. Costo de Mano de Obra Directa

Antes de proyectar la mano de obra directa se utilizó una tasa de crecimiento, que se obtiene por medio de los datos históricos de los últimos cinco años, (Ver tabla 41)

Tabla N° 41. Datos históricos de salario básico unificado

n	Datos H.	SBU
1	2010	240,00
2	2011	264,00
3	2012	292,00
4	2013	318,00
5	2014	340,00
Tasa de crecimiento		9,10%

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Ultimo Dato Histórico}}{\text{Primer Dato histórico}}} - 1$$

$$i = \sqrt[5-1]{\frac{340}{240}} - 1$$

$$i = 9,10\%$$

La tasa de crecimiento que se utilizó es el 9,10% para proyectar los salarios del personal que trabajara en la empresa.

Tabla N° 42. Sueldo del personal de producción

<b>Cargo</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cocinero y Mesero	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74

Elaborado por: La Investigadora

El cocinero y mesero se les pagará 349,11 dólares en el primer año.

Tabla N° 43. Sueldo básico unificado

<b>Cargo</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cocinero y Mesero	2	2	2	2	2
Salario	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74
<b>Total Salario Mensual de M.O.D.</b>	<b>370,93</b>	<b>404,68</b>	<b>441,50</b>	<b>481,67</b>	<b>525,49</b>

Elaborado por: La Investigadora

La mano de obra en el año se estima que saldrá 698.23 dólares, ya que se multiplicó el salario por la cantidad de personas que trabajaran en el área.

Tabla N° 44. Sueldo básico unificado anual

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Total Salario Mensual de M.O.D.	370,93	404,68	441,50	481,67	525,49
Meses al Año	12	12	12	12	12
<b>Salario Básico Anual</b>	<b>4451,20</b>	<b>4856,17</b>	<b>5297,99</b>	<b>5780,00</b>	<b>6305,87</b>

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 45. Costo Total de Mano de Obra Directa

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Salario Básico Anual	4451,20	4856,17	5297,99	5780,00	6305,87
Aporte Patronal 11,15%	540,82	590,02	643,71	702,27	766,16
Fondos de Reserva 8,33%		404,68	441,50	481,67	525,49
13° Sueldo	370,93	404,68	441,50	481,67	525,49
14° Sueldo	370,93	404,68	441,50	481,67	525,49
<b>Total Mano de Obra Directa</b>	<b>5733,89</b>	<b>6660,24</b>	<b>7266,19</b>	<b>7927,27</b>	<b>8648,50</b>

Elaborado por: La Investigadora

El total de la mano de obra es de 5733.89 dólares que se debe pagar por concepto de Aporte Patronal 11,15%, Fondos de Reserva 8,33%, Décimo tercer sueldo, Décimo cuarto sueldo

### 5.2.1.3. Costos Indirectos del Servicio

Tabla N° 46. Costos Indirectos del Servicio

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Gas	36	37	37	38	39
Precio	16,61	17,24	17,89	18,57	19,27
<b>Subtotal</b>	<b>597,84</b>	<b>637,75</b>	<b>661,93</b>	<b>705,60</b>	<b>751,63</b>
Agua (metros cúbicos)	4320	4320	4320	4320	4320
Precio	0,09	0,10	0,11	0,13	0,16
<b>Subtotal</b>	<b>403,54</b>	<b>434,73</b>	<b>486,08</b>	<b>564,11</b>	<b>679,49</b>
<b>Total</b>	<b>1001,39</b>	<b>1072,48</b>	<b>1148,01</b>	<b>1269,71</b>	<b>1431,12</b>

Elaborado por: La Investigadora

El agua es el recurso que se utilizará principalmente la piscina que es factor primordial en el servicio.

#### 5.2.1.4. Resumen del costo del servicio

Tabla N° 47. Resumen del costo del servicio

<b>Detalle</b>	<b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Materia Prima		69844,64	73435,56	77215,66	81195,14	85384,77
Mano Obra Directa		5733,89	6660,24	7266,19	7927,27	8648,50
Costos Indirectos de Fabricación CIF		1001,39	1072,48	1148,01	1269,71	1431,12
<b>Total</b>		<b>76579,91</b>	<b>81168,28</b>	<b>85629,86</b>	<b>90392,12</b>	<b>95464,39</b>

Elaborado por: La Investigadora

#### 5.2.2. Gastos Administrativos

##### 5.2.2.1. Sueldos para el Personal Administrativo

Tabla N° 48. Sueldos para el personal administrativo

<b>Cargo</b>	<b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Administrador		569,49	621,30	677,83	739,50	806,78
Contadora		216,56	236,26	257,76	281,21	306,79
Auxiliar de Servicios		185,47	202,34	220,75	240,83	262,74
<b>Total Salario Mensual M.O.A.</b>		<b>971,52</b>	<b>1059,91</b>	<b>1156,34</b>	<b>1261,54</b>	<b>1376,32</b>

Elaborado por: La Investigadora

El sueldo del personal administrativo incurre en el pago al administrador, contadora(a) y auxiliar de servicios, con un total de 971.52 USA.

Tabla N° 49. Sueldo básico administrativo

<b>Detalle</b>	<b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Total de Salario de M.O.A.		971,52	1059,91	1156,34	1261,54	1376,32
Meses al Año		12	12	12	12	12
<b>Salario Administrativo Anual</b>		<b>11658,22</b>	<b>12718,88</b>	<b>13876,05</b>	<b>15138,50</b>	<b>16515,81</b>

Elaborado por: La Investigadora

Anualmente se desembolsará un total de 11658.22 dólares.

Tabla N° 50. Gasto total de talento administrativo

<b>Detalle</b>	<b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Salario del Personal Administrativo		11658,22	12718,88	13876,05	15138,50	16515,81
Aporte Patronal 11,15%		1416,47	1545,34	1685,94	1839,33	2006,67
Fondos de Reserva 8,33%			1059,91	1156,34	1261,54	1376,32
13º Sueldo		11658,22	12718,88	13876,05	15138,50	16515,81
14º Sueldo		741,87	809,36	883,00	963,33	1050,98
<b>Total Talento Humano Administrativo</b>		<b>25474,77</b>	<b>28852,38</b>	<b>31477,38</b>	<b>34341,20</b>	<b>37465,58</b>

Elaborado por: La Investigadora

El pago del sueldo y las obligaciones al IESS es una cantidad de 25474.77.

#### 5.2.2.2. Gastos generales de administración

Tabla N° 51. Gastos generales de administración

<b>Detalle</b>	<b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Luz Eléctrica		720	720	720	720	720
Precio		0,15	0,15	0,16	0,16	0,17
Total		104,62	108,59	112,71	116,98	121,42
Agua (Metros Cúbicos)		5160	5160	5160	5160	5160
Precio		0,09	0,10	0,10	0,10	0,11
Total		482,01	500,29	519,26	538,95	559,39
Teléfono		1200	1200	1200	1200	1200
Precio		0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Total		124,55	129,27	134,18	139,26	144,54
<b>Total Gastos Generales de Administración</b>		<b>711,18</b>	<b>738,15</b>	<b>766,14</b>	<b>795,19</b>	<b>825,35</b>

Elaborado por: La Investigadora

### 5.2.2.3. Gastos en materiales de oficina

Tabla N° 52. Gastos en materiales de oficina

<b>Detalle \ Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Tinta para Impresora	12	12	12	12	12
Precio	4,41	4,58	4,75	4,93	5,12
<b>Total</b>	<b>52,93</b>	<b>54,94</b>	<b>57,02</b>	<b>59,19</b>	<b>61,43</b>
Papel Resma (Unidades)	6	6	6	6	6
Precio	4,15	4,31	4,47	4,64	4,82
<b>Total</b>	<b>24,91</b>	<b>25,85</b>	<b>26,84</b>	<b>27,85</b>	<b>28,91</b>
Grapadora	3	1	1	1	1
Precio	6,75	7,00	7,27	7,54	7,83
<b>Total</b>	<b>20,24</b>	<b>7,00</b>	<b>7,27</b>	<b>7,54</b>	<b>7,83</b>
Perforadora	3	1	1	1	1
Precio	7,01	7,27	7,55	7,83	8,13
<b>Total</b>	<b>21,02</b>	<b>7,27</b>	<b>7,55</b>	<b>7,83</b>	<b>8,13</b>
Papelera	2	1	1	1	1
Precio	20,76	21,55	22,36	23,21	24,09
<b>Total</b>	<b>41,52</b>	<b>21,55</b>	<b>22,36</b>	<b>23,21</b>	<b>24,09</b>
Carpeta Archivadores	8	8	8	8	8
Precio	3,11	3,23	3,35	3,48	3,61
<b>Total</b>	<b>24,91</b>	<b>25,85</b>	<b>26,84</b>	<b>27,85</b>	<b>28,91</b>
<b>Total Materiales de Oficina</b>	<b>185,53</b>	<b>142,47</b>	<b>147,87</b>	<b>153,48</b>	<b>159,30</b>

Elaborado por: La Investigadora

### 5.2.2.4. Resumen de gastos administrativos

Tabla N° 53. Resumen de gastos administrativos

<b>Años Gastos Administrativos</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Mano de Obra del Área Administrativa	25474,77	28852,38	31477,38	34341,20	37465,58
Gastos Generales de Administración	711,18	738,15	766,14	795,19	825,35
Gastos de Materiales de Oficina	185,53	142,47	147,87	153,48	159,30
<b>Total</b>	<b>26371,48</b>	<b>29733,00</b>	<b>32391,39</b>	<b>35289,88</b>	<b>38450,22</b>

Elaborado por: La Investigadora

### 5.2.3. Gastos de ventas

#### 5.2.3.1. Sueldos para el personal de ventas

Tabla N° 54. Salario básico del personal de ventas

<b>Cargo</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Recaudadora	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74
Total Salario Mensual Área de Ventas	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 55. Salario anual del personal de ventas

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Total Salario Mensual Área de Ventas	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74
Meses al Año	12	12	12	12	12
Salario de Ventas Anual	2225,60	2428,09	2648,99	2890,00	3152,93

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 56. Gasto total de personal de ventas

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Total de Talento Humano de Ventas	2225,60	2428,09	2648,99	2890,00	3152,93
Aporte Patronal 11,15%	270,41	295,01	321,85	351,14	383,08
Fondos de Reserva 8,33%		202,26	220,66	240,74	262,64
13° Sueldo	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74
14° Sueldo	185,47	202,34	220,75	240,83	262,74
Total Talento Humano Ventas	2866,94	3330,04	3633,01	3963,54	4324,14

Elaborado por: La Investigadora

El gasto total de ventas en el primer año será de 2866,94 dólares.

### 5.2.3.2. Gasto de publicidad

Tabla N° 57. Gasto de publicidad

<b>Años Detalle</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Televisión	20	20	20	20	20
Precio	103,79	107,73	111,81	116,05	120,45
Total	2075,84	2154,56	2236,26	2321,06	2409,07
Radio	60	60	60	60	60
Precio	52,93	54,94	57,02	59,19	61,43
Total	3176,04	3296,47	3421,47	3551,21	3685,88
Prensa	72	72	72	72	72
Precio	49,82	51,71	53,67	55,71	57,82
Total	3587,05	3723,07	3864,25	4010,78	4162,87
Total Gasto de Publicidad	8838,93	9174,10	9521,98	9883,05	10257,82

Elaborado por: La Autora

Para que el negocio sea conocido se expondrá la publicidad en medios de comunicación de la localidad.

### 5.3. Tabla de amortización

Tabla N° 58. Información para el crédito

Interés	11,20%	Dólares
Plazo	5	Años
Crédito	100000,00	Dólares

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Tabla N° 59. Tabla de amortización mensual

<b>Nº Pagos</b>	<b>Pago Interés</b>	<b>Pago Capital</b>	<b>Saldo</b>	<b>Cuota</b>
1	933,33	1.250,90	98.749,10	2.184,23
2	921,66	1.262,57	97.486,53	2.184,23
3	909,87	1.274,36	96.212,18	2.184,23
4	897,98	1.286,25	94.925,93	2.184,23
5	885,98	1.298,25	93.627,67	2.184,23
6	873,86	1.310,37	92.317,30	2.184,23
7	861,63	1.322,60	90.994,70	2.184,23
8	849,28	1.334,95	89.659,75	2.184,23
9	836,82	1.347,41	88.312,35	2.184,23
10	824,25	1.359,98	86.952,37	2.184,23
11	811,56	1.372,67	85.579,69	2.184,23



12	798,74	1.385,49	84.194,21	2.184,23
13	785,81	1.398,42	82.795,79	2.184,23
14	772,76	1.411,47	81.384,32	2.184,23
15	759,59	1.424,64	79.959,68	2.184,23
16	746,29	1.437,94	78.521,74	2.184,23
17	732,87	1.451,36	77.070,38	2.184,23
18	719,32	1.464,91	75.605,47	2.184,23
19	705,65	1.478,58	74.126,89	2.184,23
20	691,85	1.492,38	72.634,51	2.184,23
21	677,92	1.506,31	71.128,21	2.184,23
22	663,86	1.520,37	71.128,21	2.184,23
23	649,67	1.534,56	68.073,28	2.184,23
24	635,35	1.548,88	66.524,40	2.184,23
25	620,89	1.563,34	64.961,07	2.184,23
26	606,30	1.577,93	63.383,14	2.184,23
27	591,58	1.592,65	61.790,49	2.184,23
28	576,71	1.607,52	60.182,97	2.184,23
29	561,71	1.622,52	58.560,45	2.184,23
30	546,56	1.637,67	56.922,78	2.184,23
31	531,28	1.652,95	55.269,83	2.184,23
32	515,85	1.668,38	53.601,45	2.184,23
33	500,28	1.683,95	51.917,50	2.184,23
34	484,56	1.699,67	50.217,84	2.184,23
35	468,70	1.715,53	48.502,31	2.184,23
36	452,69	1.731,54	46.770,77	2.184,23
37	436,53	1.747,70	45.023,06	2.184,23
38	420,22	1.764,01	43.259,05	2.184,23
39	403,75	1.780,48	41.478,57	2.184,23
40	387,13	1.797,10	39.681,47	2.184,23
41	370,36	1.813,87	37.867,61	2.184,23
42	353,43	1.830,80	36.036,81	2.184,23
43	336,34	1.847,89	34.188,92	2.184,23
44	319,10	1.865,13	32.323,79	2.184,23
45	301,69	1.882,54	30.441,25	2.184,23
46	284,12	1.900,11	28.541,13	2.184,23
47	266,38	1.917,85	26.623,29	2.184,23
48	248,48	1.935,75	24.687,54	2.184,23
49	230,42	1.953,81	22.733,73	2.184,23
50	212,18	1.972,05	20.761,68	2.184,23
51	193,78	1.990,45	18.771,23	2.184,23
52	175,20	2.009,03	16.762,20	2.184,23
53	156,45	2.027,78	14.734,41	2.184,23

54	137,52	2.046,71	12.687,71	2.184,23
55	118,42	2.065,81	10.621,89	2.184,23
56	99,14	2.085,09	8.536,80	2.184,23
57	79,68	2.104,55	6.432,25	2.184,23
58	60,03	2.124,20	4.308,05	2.184,23
59	40,21	2.144,02	2.164,03	2.184,23
60	20,20	2.164,03	0,00	2.184,23

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 60. Resumen de pagos

PERÍODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
2013	-	-	-	100000,00
2014	\$ 26.210,76	15805,79	10404,96	84194,21
2015	\$ 26.210,76	17669,80	8540,95	66524,40
2016	\$ 26.210,76	19753,64	6457,12	46770,77
2017	\$ 26.210,76	22083,22	4127,53	24687,54
2018	\$ 26.210,76	24687,54	1523,21	0,00

Elaborado por: La Investigadora

#### 5.4. Depreciación de activos fijos

Tabla N° 61. Datos para depreciación

Activos	Valor activo fijo	%	Rubro de salvamento	Rubro depreciable	Años a depreciar
Edificación	177720,00	10%	17772,00	159948,00	20
Cocina	4020,00	10%	402,00	3618,00	10
Muebles y equipos de oficina	3232,00	10%	323,20	2908,80	10
Equipo de computación	1860,00	10%	186,00	1674,00	3

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 62. Depreciación de activos fijos

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
1. Depreciación Edificación					
Edificación Completa	6066,00	6066,00	6066,00	6066,00	6066,00
2. Implementos de Cocina					
Cocina, Refrigeradora, Congelador, etc.	361,80	361,80	361,80	361,80	361,80
3. Muebles y Equipo de Oficina					
Muebles de Producción y Administrativos	290,88	290,88	290,88	290,88	290,88
4. Depreciación Equipo de Cómputo					
Computadora e Impresora	558,00	558,00	558,00		
Reposición				582,01	582,01
<b>Total Depreciaciones</b>	<b>7276,68</b>	<b>7276,68</b>	<b>7276,68</b>	<b>7300,69</b>	<b>7300,69</b>

Elaborado por: La Investigadora

## 5.5. Resumen de egresos proyectados

Tabla N° 63. Resumen de egresos proyectados

<b>Detalle</b> \ <b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Costos Directos del Servicio	75578,52	80095,80	84481,85	89122,41	94033,27
Costos Indirectos de Servicio	1001,39	1072,48	1148,01	1269,71	1431,12
Gastos Administrativos	26371,48	29733,00	32391,39	35289,88	38450,22
Gastos de Ventas	11705,87	12504,14	13154,99	13846,59	14581,96
Gasto Financiero	10404,96	8540,95	6457,12	4127,53	1523,21
Gasto Depreciación	7276,68	7276,68	7276,68	7300,69	7300,69
<b>Total Egresos Proyectados</b>	<b>132338,91</b>	<b>139223,05</b>	<b>144910,04</b>	<b>150956,82</b>	<b>157320,48</b>

Elaborado por: La Investigadora

## 5.6. Estado de situación financiera

Tabla N° 64. Estado de situación financiera

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Bancos	19109,54	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>19109,54</b>	<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	
		Documentos por Pagar (Crédito)	100000,00
		<b>TOTAL ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>100000,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Terreno	12000,00		
Infraestructura	134800,00		
Maquinaria y Equipo	7252,00		
Equipo de Computación	1860,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>100000,00</b>
Total			
		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital Social	76151,54
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>155912,00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>76151,54</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Gastos de Constitución	1130,00		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>1130,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>176151,54</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>176151,54</b>

Elaborado por: La Investigadora

## 5.7. Estado de resultados

Tabla N° 65. Estado de resultados

<b>Detalle</b>	<b>Años</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
INGRESOS		<b>224760,50</b>	<b>239890,15</b>	<b>255987,59</b>	<b>273113,37</b>	<b>291331,79</b>
EGRESOS						
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN		76579,91	81168,28	85629,86	90392,12	95464,39
(=) UTILIDAD BRUTA		<b>148180,59</b>	<b>158721,87</b>	<b>170357,72</b>	<b>182721,25</b>	<b>195867,40</b>
(-) OTROS GASTOS						
Gasto Administrativo		26371,48	29733,00	32391,39	35289,88	38450,22
Gasto de Ventas		11705,87	12504,14	13154,99	13846,59	14581,96
Gasto Financiero		10404,96	8540,95	6457,12	4127,53	1523,21
Gasto Depreciación		7276,68	7276,68	7276,68	7300,69	7300,69
TOTAL EGRESOS		<b>55759,00</b>	<b>58054,77</b>	<b>59280,18</b>	<b>60564,70</b>	<b>61856,09</b>
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		<b>92421,60</b>	<b>100667,09</b>	<b>111077,54</b>	<b>122156,55</b>	<b>134011,31</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores		13863,24	15100,06	16661,63	18323,48	20101,70
(=) UTILIDAD ANTES DE IR		<b>78558,36</b>	<b>85567,03</b>	<b>94415,91</b>	<b>103833,07</b>	<b>113909,61</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) GANANCIA O PÉRDIDA		<b>78558,36</b>	<b>85567,03</b>	<b>94415,91</b>	<b>103833,07</b>	<b>113909,61</b>

Elaborado por: La Investigadora

## 5.8. Flujo de Caja

Tabla N° 66. Flujo de Caja

Años Detalle	Año Base	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Operacional		78558,36	85567,03	94415,91	103833,07	113909,61
Inversión	176151,54					
(+) Recuperación de Venta de Activos				186,00		
(-) Reinversión Activo Fijo				1940,05		
(+) Depreciaciones		7276,68	7276,68	7276,68	7300,69	7300,69
(-) 15% de Trabajadores		13863,24	15100,06	16661,63	18323,48	20101,70
(-) 22% Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Recuperación Venta de Activos						109420,62
(-) Recuperación del Capital de Trabajo						19109,54
(-) Pago de Crédito		15.805,79	17.669,80	19.753,64	22.083,22	24687,54
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>176151,54</b>	<b>56166,00</b>	<b>60073,84</b>	<b>63523,28</b>	<b>70727,06</b>	<b>166732,14</b>

Elaborado por: La Investigadora

## 5.9. Estado de situación financiera

### 5.9.1. Costo de oportunidad

Tabla N° 67. Tasa de Redescuento

DESCRIPCIÓN	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Auto Sustentable	76151,54	43,23%	4,53%	1,96%
Inversión Financiada	100000,00	56,77%	11,20%	6,36%
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>176151,54</b>	<b>100,00%</b>		<b>8,32%</b>

Elaborado por: La Investigadora

CK = Costo de Oportunidad 8,32%

Riesgo País = 564 = 5,64%

$$i = (1 + CK)(1 + RP) - 1$$

$$i = (1 + 0,0832)(1 + 0,0564) - 1$$

$$i = 1,01443 - 1$$

$$i = 0,1443 = 14,43\%$$

Es el límite mínimo de rendimiento para el proyecto, por medio de la TIR.

### 5.9.2. Cálculo del valor actual neto (VAN)

Tabla N° 68. Cálculo del valor actual neto

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (14,43)%	Flujos Netos Actualizados
0	-176151,54		
1	56166,00	1,1443	49085,19
2	60073,84	1,3093	45881,68
3	63523,28	1,4982	42399,79
4	70727,06	1,7143	41256,59
5	166732,14	1,9616	84997,08
<b>ΣFNA</b>			<b>263620,33</b>

Elaborado por: La Investigadora

$$\text{VAN} = \Sigma\text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 263620,33 - 176151,54$$

$$\text{VAN} = 87468,79$$

A través del VAN se pudo establecer que si es viable el proyecto ya que su resultado es mayor a cero. Trayendo a valor presente los ingresos futuros se tiene 263620,33 y quitando la inversión el valor actual es de 87468,79.

### 5.9.3. Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Tabla N° 69. Tasa inferior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (14,43)%	Flujos Netos Actualizados
0	-176151,54		
1	56166,00	1,144	49085,19
2	60073,84	1,309	45881,68
3	63523,28	1,498	42399,79
4	70727,06	1,714	41256,59
5	166732,14	1,962	84997,08
<b>ΣFNA</b>			<b>263620,33</b>
<b>VAN TASA INFERIOR</b>			<b>87468,79</b>

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 70. Tasa superior

Años	Flujos Netos	Tasa Máxima Referencial (30,50%)	Flujos Netos Actualizados
0	-176151,54		
1	56166,00	1,31	43039,08
2	60073,84	1,70	35274,79
3	63523,28	2,22	28582,57
4	70727,06	2,90	24386,17
5	166732,14	3,78	44052,12
$\Sigma$ FNA			175334,73
VAN TASA SUPERIOR			816,81

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 71. Datos para el cálculo el TIR

Tasa Inferior	0,1443
Tasa Superior	0,305
VAN Tasa Inferior	87468,79
VAN Tasa Superior	816,81
TIR	30,65%

Elaborado por: La Investigadora

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa Superior - Tasa Inferior) \left( \frac{VAN Tasa Inferior}{VAN Tasa Inferior - VAN Tasa Superior} \right)$$

$$TIR = 0,1443 + (0,305 - 0,1443) \left( \frac{87468,79}{87468,79 - (816,81)} \right)$$

$$TIR = 0,3065 \times 100 = 30,65\%$$

La tasa interna de retorno es de 30,65% la cual es mayor al costo de oportunidad reafirmando la realización del proyecto.

#### 5.9.4. Costo beneficio

Tabla N° 72. Datos para establecer el costo beneficio

$\Sigma$ FNA	263620,33
INVERSIÓN	176151,54
Beneficio - Costo	1,50



$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{263620,33}{176151,54}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 1,50$$

El costo beneficio es de 1,50, lo que representa invertir 1 dólar se obtendrá 1,50 dólares de ingresos, es decir se obtendrá 0,50 de ganancia, lo que significa que si es viable el proyecto.

#### 5.9.5. Relación Ingresos - Egresos

Tabla N° 73. Relación Ingresos Egresos

AÑOS	Ingresos	Egresos	Tasa de Crecimiento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2014	224760,50	132338,91	1,1443	196425,08	115655,02
2015	239890,15	139223,05	1,3093	183217,22	106332,26
2016	255987,59	144910,04	1,4982	170863,67	96722,90
2017	273113,37	150956,82	1,7143	159312,82	88056,31
2018	291331,79	157320,48	1,9616	148515,77	80199,19
$\sum$ Ingresos y Egresos Actualizados				858334,55	486965,67

Elaborado por: La Investigadora

$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = \frac{858334,55}{486965,67}$$

$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = 1,76$$

La relación ingresos egresos es de 1,76, lo que significa que un dólar gastado en el servicio se obtendrá 1,76 dólares de ingreso, lo que representa el pago de todos los gastos y la obtención de utilidad en la empresa.

### 5.9.6. Punto de equilibrio

Tabla N° 74. Punto de equilibrio

Años Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
Ventas	224760,50	239890,15	255987,59	273113,37	291331,79
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	26371,48	29733,00	32391,39	35289,88	38450,22
Gasto de Ventas	11705,87	12504,14	13154,99	13846,59	14581,96
Gasto Financiero	10404,96	8540,95	6457,12	4127,53	1523,21
Gasto Depreciación	7276,68	7276,68	7276,68	7300,69	7300,69
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>55759,00</b>	<b>58054,77</b>	<b>59280,18</b>	<b>60564,70</b>	<b>61856,09</b>
COSTOS VARIABLES					
Ingredientes para Platos	69844,64	73435,56	77215,66	81195,14	85384,77
Costo Total de Mano de Obra	5733,89	6660,24	7266,19	7927,27	8648,50
Costos Indirectos del Servicio	1001,39	1072,48	1148,01	1269,71	1431,12
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>76579,91</b>	<b>81168,28</b>	<b>85629,86</b>	<b>90392,12</b>	<b>95464,39</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO ( Dólares)</b>	<b>84575,31</b>	<b>87743,22</b>	<b>89077,21</b>	<b>90526,02</b>	<b>92004,32</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)</b>	<b>20371</b>	<b>20362</b>	<b>19917</b>	<b>19501</b>	<b>19095</b>

Elaborado por: La Investigadora

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{55759,00}{1 - \frac{76579,91}{224760,50}}$$

$$PE\$ = 84575,31$$

$$PE_u = \frac{PE\$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$PE_u = \frac{84575,31}{4,15} = 20371 \text{ Unidades}$$

El punto de equilibrio es de 84575,31 dólares por la venta de 20371 unidades en servicios, para que no exista pérdida y se pueda cubrir los gastos que se incurren en la empresa.

### 5.9.7. Recuperación de la inversión

Tabla N° 75. Recuperación de la inversión

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Actualizados
2014	49085,19	
2015	45881,68	94966,87
2016	42399,79	137366,66
2017	41256,59	178623,25
2018	84997,08	263620,33

Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 76. Datos para recuperación

137366,66		$\Sigma$ 3 año	
176151,54		Inversión	
176151,54	- 137366,66 =	38784,88	
41256,59	/ 12 =	3438,05	al mes
38784,88	/ 3438,05 =	11,281	11 Meses
0,281	x 30=	8,432	8 Días

La inversión se recuperará en 3 años 11 meses y 8 días de comenzado el proyecto.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. La Empresa**

El centro recreativo es una empresa familiar, por lo que legalmente debe constituirse como una empresa de responsabilidad limitada, en la cual intervendrán tres personas que son de la misma familia, las cuales únicamente deberán responder por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, así como el ejercicio de la actividad comercial bajo una razón social.

#### **6.2. Nombre o razón social**

“Centro Recreativo Eco Aventura CIA. LTDA”

#### **6.3. Misión**

Prestar servicios recreativos de calidad para lograr la satisfacción de las necesidades del visitante y mejorar la calidad de vida de los mismos, y de esta manera ser un aporte al bienestar de la comunidad de Mira.

#### **6.4. Visión**

Eco Aventura en los próximos cinco años se convertirá en un centro de recreación líder que satisface a sus clientes a nivel provincial, brindando un servicio de calidad a los mejores precios, combinando la tecnología y el profesionalismo para beneficio de la comunidad, contando con un grupo humano de excelencia.

## **6.5. Valores**

El bienestar de nuestros clientes es el agente del éxito más importante para el centro de recreación, para lo cual se promueven los siguientes valores:

### **6.5.1. Responsabilidad**

Cumplir a cabalidad con los compromisos adquiridos con nuestros clientes, asumiendo las funciones que le corresponde a cada empleado, para convertir en realidad las expectativas del visitante.

### **6.5.2. Respeto**

Consideración mutua entre empleados y clientes con el fin de crear un ambiente agradable de sana convivencia con las personas.

### **6.5.3. Orientación al cliente**

Satisfacer a los clientes en sus pedidos, deseos y expectativas, preocupándose por sus necesidades y dando solución a sus problemas.

### **6.5.4. Puntualidad**

Ser disciplinados con los horarios establecidos por la institución, cumpliendo con las obligaciones adquiridas y prestando un excelente servicio al cliente.

### **6.5.5. Eficiencia**

Cumplir con los objetivos establecidos, aprovechando al máximo los recursos disponibles.

### **6.5.6. Seguridad**

Aplicar las normas de seguridad establecidas, para que el cliente pueda disfrutar de todos los servicios que ofrece el centro recreativo, minimizando riesgos.

## **6.6. Base Legal**

Para la constitución de la empresa se debe cumplir con todos los requisitos en la Superintendencia de Compañías, SRI, Municipio de Mira, y otras instituciones para autorizar su funcionamiento

### **6.6.1. Registro en la Superintendencia de Compañías**

La Superintendencia de Compañías exige a las sociedades sujetas a su control los siguientes requisitos:

- Original y copia de la escritura pública de constitución o domicilio inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal.
- Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolle la actividad de la sociedad, puede ser una planilla de servicio eléctrico, teléfono, agua o contrato de arrendamiento.

### **6.6.2. Patente Municipal**

El Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Mira a través de la oficina de rentas determina el valor que debe ser cancelado por la empresa por concepto de patente municipal, de acuerdo al capital de la misma, el cual deberá pagarse anualmente, los requisitos son los siguientes:

- Copia de cédula del representante legal
- Copia de la escritura de la empresa o negocio.
- RUC de la empresa.

### **6.6.3. Registro Único del Contribuyente**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), dentro de la administración tributaria, se considera como el paso inicial por lo que constituye el número con el cual se identifica dentro del Servicio de Rentas Internas a los contribuyentes naturales o jurídicos, para lo cual se lo debe obtener dentro de los 30 días hábiles siguientes al inicio de las actividades comerciales y se lo debe actualizar por cualquier cambio de denominación.

### **6.6.4. Permiso de funcionamiento y permiso sanitario**

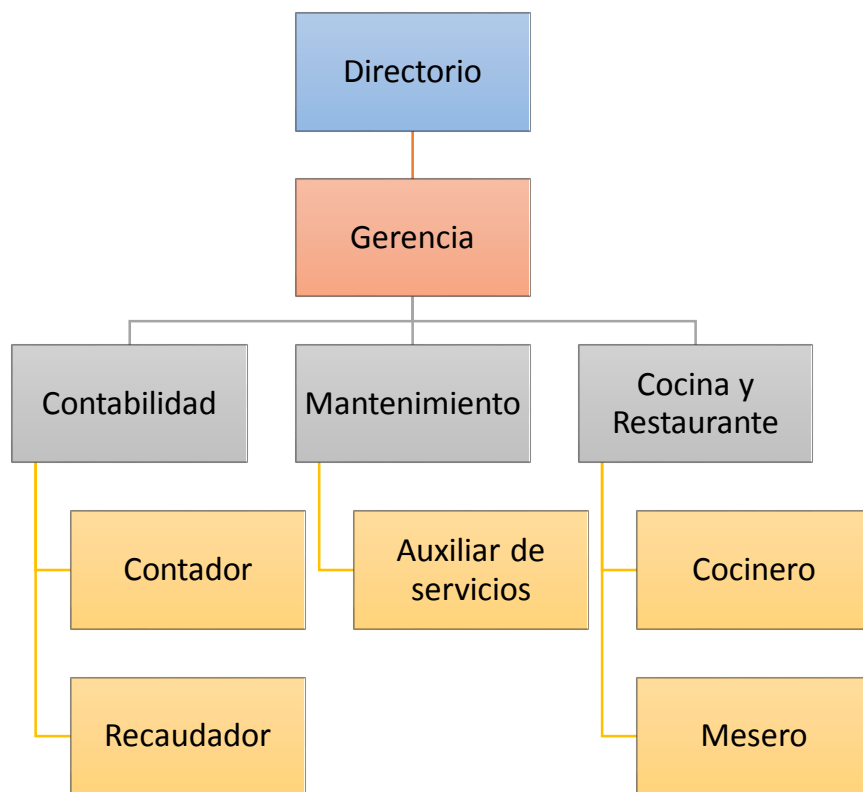
El permiso de funcionamiento y sanitario es expedido por el Ministerio de Salud Pública a través de la Dirección Provincial de Salud, en el registro sanitario consta el número de permiso asignado con el que se puede comercializar alimentos.

## Registro de funcionamiento

El registro de funcionamiento es otorgado por el Ministerio de Turismo, al igual que la licencia anual de funcionamiento que constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá validez durante el año en que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente.

### 6.7. Organigrama estructural

Ilustración 1. Organigrama Estructural



Elaborado por: La Investigadora



## **6.8. Proceso de selección del personal**

### **Creación del perfil del cargo**

El perfil del cargo debe contener la descripción de un conjunto de requisitos y competencias que se estima debe tener una persona para desempeñarse adecuadamente en un cargo determinado, así como también sus funciones y responsabilidades-

### **Difusión de la oferta de empleo**

Se realizará la publicación de requerimiento de personal a través de la prensa local y de las diferentes páginas web de bolsas de empleo

### **Recepción de hojas de vida**

Se receptorá las hojas de vida de los aspirantes dentro del plazo determinado, posteriormente se generará una base de datos con la información receptada.

### **Análisis de hojas de vida**

El encargado del proceso de selección realizará un filtro de los CV según variables del perfil que se refieran a los requisitos para el cargo y las normativas vigentes.

Para finalizar esta etapa se realiza un listado con las personas que pasaran a la siguiente etapa y se comunica a los seleccionados.

## **Aplicación de pruebas técnicas y psicológicas**

En esta etapa se convoca a los preseleccionados para que se presenten a las pruebas técnicas y psicológicas, las mismas que serán diseñadas de acuerdo al cargo. Las cinco personas que obtengan los más altos puntajes pasarán a la siguiente etapa.

### **Entrevista.**

La entrevista será realizada por el encargado de la selección del personal, es necesario que las preguntas base sean generalmente las mismas para todos los candidatos de modo de asegurar igualdad de oportunidades y poder desarrollar puntajes por respuesta.

### **Análisis de resultados**

Una vez concluidas las etapas anteriores se realiza el análisis de resultados y se selecciona el candidato más idóneo para ocupar el cargo vacante.

### **Contratación**

Con la decisión firme de la autoridad correspondiente, se convoca al candidato seleccionado para la entrevista final y acordar las condiciones de la contratación.

## 6.9. Manual de funciones

### 6.9.1. Gerente

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
GERENTE	Título de tercer nivel en administración, contabilidad, economía o carreras afines	Mínimo tres años en cargos similares	Gerencia Planificación estratégica Manejo de Recursos Humanos	Planeamiento estratégico de actividades. Representación legal de la empresa. Dirigir las actividades generales de la empresa. Contratación de personal. Aprobación de presupuestos e inversiones. Dirigir el desarrollo de las actividades de la empresa Emisión de circulares para el personal en general. Control y aprobación de inversiones de la empresa. Autorizar órdenes de compra. Dirigir a la empresa en la marcha del negocio. Autorizar convenios a nombre de la empresa. Inteligencia para resolver problemas que se presenten.

### 6.9.2. Contador

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
CONTADOR	Título de tercer nivel en contabilidad y auditoria	Mínimo dos años en cargos similares	Contabilidad de empresas Tributación Conciliaciones bancarias Código de Trabajo	Registro de operaciones contables de la empresa. Digitación en el sistema de todas las operaciones contables. Mantener al día todos los libros contables. Generar información contable para toma de decisiones. Elaborar el cronograma de pagos. Elaborar roles de pago. Elaboración de estados financieros periódicos e informes contables. Supervisar y controlar todas las operaciones contables. Brindar asesoría en aspectos contables y tributarios. Recepción de facturas de proveedores. Cálculo y declaración de impuestos. Elaboración de conciliaciones bancarias. Realizar arqueos de caja. Trámites documentarios y tributarios de la empresa. Supervisión diaria del ingreso por ventas.

### 6.9.3. Auxiliar de servicios

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
AUXILIAR DE SERVICIOS	Bachillerato concluido en cualquier especialidad	Mínimo un año en cargos similares	Atención al cliente Manejo de desechos Mantenimiento de instalaciones	Realizar las actividades de aseo y limpieza en los espacios asignados. Solicitar las herramientas y recursos necesarios para limpieza. Cuidar y administrar las herramientas y materiales de limpieza. Utilizar y controlar de manera eficaz los materiales de limpieza. Mantener las herramientas y equipo de trabajo en óptimas condiciones. Reportar desperfectos y averías para su inmediata reparación. Realizar funciones básicas de mantenimiento en general. Cumplir con los estándares de limpieza conforme a procedimientos. Programar adecuadamente la limpieza de las áreas asignadas conforme a la prioridad de uso. Otras actividades que le sean asignadas.

#### 6.9.4. Cocinero

DENOMIMACIÓN DEL PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
COCINERO	Bachillerato concluido en cualquier especialidad	Mínimo un año en cargos similares	Conocimientos básicos en proporciones de ingredientes, manejo de costos	Cocinar los alimentos con agilidad y a tiempo. Control del lugar de trabajo. Recepción de ingredientes. Control de Inventarios. Orientación al mesero Trabajo en equipo Responsabilidad Trabajo bajo presión Propositivo Amable

### 6.9.5. Mesero

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
MESERO	Bachillerato concluido en cualquier especialidad	Mínimo un año en cargos similares	Atención al cliente Capacitación en manejo de alimentos y relacionados al cargo.	Atender de manera cordial y oportuna a los clientes. Entregar menú o carta a los comensales. Sugerir alimentos y bebidas a los clientes. Estar pendiente de la condición de la mesa. Servir alimentos y bebidas en el orden que el cliente lo ordenó. Revisar y entregar la orden de pago, así como el cambio del cliente. Realizar la limpieza de las mesas. Orientación al cliente Trabajo en equipo Responsabilidad Trabajo bajo presión Proactivo Amable

### 6.9.6. Cajero/Recaudador

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	REQUERIMIENTOS			
	INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA	CAPACITACIÓN	COMPETENCIAS
CAJERO	Mínimo bachiller, cursando estudios universitarios, egresados de las carreras de economía, contabilidad, auditoria, administración de empresas o carreras afines.	Mínimo un año en cargos similares	Contabilidad básica Tributación Atención al cliente	Brindar un servicio ágil y cordial al cliente. Control y emisión de facturas. Recepción de valores. Control de Inventarios. Cuadre y cierre de caja. Proceso de cobro a través de tarjetas de crédito. Depósitos bancarios. Trabajo en equipo Responsabilidad Trabajo bajo presión Proactivo



## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

A continuación se presenta un análisis prospectivo de los impactos negativos y positivos que genera el proyecto en diferentes ámbitos. Para realizar técnicamente el presente análisis se ha utilizó la siguiente metodología.

Se determina las áreas en las cuales se realizará el análisis de impactos, siendo estos: social, económico, ambiental y turístico. Se selecciona niveles de impacto mediante los parámetros en la siguiente tabla.

Tabla N° 77. Análisis de Impacto

<b>-3</b>	IMPACTO ALTO NEGATIVO
<b>-2</b>	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
<b>-1</b>	IMPACTO BAJO NEGATIVO
<b>0</b>	NO HAY IMPACTO
<b>1</b>	IMPACTO BAJO POSITIVO
<b>2</b>	IMPACTO MEDIO POSITIVO
<b>3</b>	IMPACTO ALTO POSITIVO

Por cada área o ámbito se ubica el indicador y el nivel de impacto de acuerdo a la tabla anterior. A cada indicador se le asigna un nivel de impactos para luego realizar la sumatoria de estos niveles y este valor se lo divide para el número de indicadores en cada área, estableciéndose de esta manera el nivel de impacto del área.

Bajo cada una de las matrices se ha realizado un análisis en el que se menciona argumentos, causas y circunstancias del por qué se determinó el nivel de impacto de los indicadores.

Al final se realizará un estudio del nivel global de impactos a través de una matriz en la que horizontalmente están determinados los niveles de impactos de cada área y verticalmente las áreas estudiadas.

### 7.1. Impacto Social

Tabla N° 78. Impacto Social

ANÁLISIS NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Inclusión del adulto mayor						X		2
Atractivo artesanal						X		2
Conocimiento de la cultura mireña a los turistas							x	3
Fuentes de empleo						X		2
Identidad cultural						X		2
<b>TOTAL</b>						8	3	11

Elaborado por: La Investigadora

$$\text{Sumatoria} = 11$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{11}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,2 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

Inclusión del adulto mayor

El adulto mayor será beneficiado con espacio acorde a las necesidades que incurra tener esa edad, como tranquilidad, juegos, disminución de algún accidente.

### Atractivo artesanal

La población local y nacional conocerá lo que se produce en este sector escondido del norte del país, tales como: tejidos, bordados, artesanía en barro.

### Conocimiento de la cultura mireña a los turistas

Explotar la cultura que se practica en el catón Mira, como las fiestas de cantonización, de la Virgen de la Caridad en el mes de febrero.

### Fuentes de empleo

La sociedad mireña necesita del incremento de empleo para ser sustento de su familia, con la implementación de este proyecto se dinamiza la economía del sector y se producirá un efecto multiplicador, generador de otras unidades productivas.

### Identidad cultural

Constituye el conjunto de valores, costumbres y tradiciones o modos de comportamiento de los habitantes de Mira, lo que los hace sentir orgullosos de sus ancestros y con la implementación de este proyecto será su oportunidad para difundir esa riqueza cultural que poseen hacia los diferentes rincones de la patria.

### Análisis

La actividad turística, como toda actividad económica, se desarrolla en el contexto social, económico y cultural, por lo que tiene un carácter de tipo benéfico y contribuirá de manera positiva al desarrollo de la comunidad mediante la generación de empleo para la zona, e incentivará a los

pobladores a buscar nuevas alternativas de producción lo que les generará mayores ingresos y por ende mejorará sus condiciones de vida.

## 7.2. Impacto Económico

Tabla N° 79. Impacto Económico

ANÁLISIS NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Aumento de trabajo						X		2
Impulso a otras Microempresas						x		2
Desarrollo de la comunidad						X		2
Desarrollo turístico						X		2
<b>TOTAL</b>						8		8

Elaborado por: La Investigadora

$$\text{Sumatoria} = 8$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1,4 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

### Aumento de trabajo

El incremento de fuentes de trabajo es un índice visible en cualquier sociedad, al tener empleo las personas gastan e invierten en bienes y servicios que necesitan los miembros de la familia como son: alimentación, salud, educación, vivienda, turismo.

### Impulso a otras Microempresas

El turismo es impulsor de desarrollo de la economía y de otras actividades micro empresariales como: alimentación, hospedaje, tejidos, artesanías, productos agrícolas etc., incentivando al desarrollo de las capacidades innovadoras de la población, para emprender un negocio.

## Desarrollo de la comunidad

La comunidad tendrá la oportunidad de acoger y dar albergue a muchas personas locales, nacionales y extranjeras, quienes recibirán una atención de calidad y calidez, por ende se generará mayor cantidad de recursos económicos que irán en beneficio de toda la población.

## Desarrollo turístico

El desarrollo turístico, se evidenciara en los cambios infraestructurales, turísticos, marcando un antes y un después del proyecto a ponerse en marcha.

## Análisis

La implementación del centro recreativo traerá grandes beneficios económicos para los gestores del proyecto y para la comunidad en general ya que al generar fuentes de trabajo también se estará contribuyendo al mejoramiento de los ingresos económicos de las familias e indirectamente a los negocios que existen en el sector ya que al incrementar la afluencia de personas incrementaran sus ventas, mejorando sus ingresos, los cuales contarán con más capital para el consumo y el ahorro.

### 7.3. Impacto Ambiental

Tabla N° 80. Impacto Ambiental

ANÁLISIS NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Utilización del agua			X					-1
Reciclaje de desechos						X		2
Utilización del sector						X		2
TOTAL			-1			4		3

Elaborado por: La Investigadora

Sumatoria = 5

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{3}{5}$$

Nivel de Impacto = 0,75  $\cong$  1 Impacto Bajo Positivo

#### Utilización del agua

La utilización del agua es un impacto negativo, en vez de utilizar en necesidades básicas se utilizará para llenar la piscina, provocando un desperdicio para el medio ambiente.

#### Reciclaje de desechos

Reciclaje de desechos será política de la empresa, con el reciclaje de los desechos orgánicos e inorgánicos que se generan en el centro recreativo se estará contribuyendo a la preservación y cuidado del medio ambiente.

#### Utilización de los recursos naturales del sector

Los valiosos recursos naturales existentes en la actualidad no han sido utilizados adecuadamente, con la implementación del proyecto se potenciará su uso con un criterio responsable en pro de todas las personas del lugar.

#### Análisis

El lugar en donde se realizará el estudio de factibilidad es una zona alejada de las influencias de contaminación industrial por lo que es de vital importancia y de mucha preocupación para los habitantes de la ciudad de Mira los impactos ambientales que el desarrollo de este proyecto pueda traer pero debido a que se trata de una actividad que no produce contaminación y que por ende no afecta al medio no traerá ningún problema ambiental al sector.

#### 7.4. Impacto Turístico

Tabla N° 81. Impacto Turístico

ANÁLISIS NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Desarrollo artesanal						X		2
Adecuación de atractivos					X			1
Flujo de turistas						X		2
Alianzas estratégicas						X		2
<b>TOTAL</b>					1	6		7

Elaborado por: La Investigadora

$$\text{Sumatoria} = 7$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1,75 \cong 2 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

##### Desarrollo artesanal

El desarrollo turístico de las artesanías es un aliado estratégico para la empresa y brindando un servicio complementario al cliente.

##### Adecuación de atractivos

Los atractivos serán mejorados constantemente, tratando de ocasionar una imagen aceptable para las personas del sector y turistas.

##### Flujo de turistas

A medida que se dé a conocer los productos y servicios ofertados en el centro recreativo, la afluencia de los turistas será cada vez mayor.

## Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas mejoraran las condiciones de cada unidad que quiera adherirse al beneficio común sin competir. Con el desarrollo de este proyecto se estará enseñando a la comunidad la forma correcta de manejar y aprovechar los recursos naturales para poder generar utilidades y obtener beneficios de ellos sin dañar el ecosistema.

## Análisis

Este impacto es muy importante ya que la implementación del proyecto fomentará el desarrollo turístico de la zona, difundiendo la riqueza natural y cultural de Mira con la posibilidad de incrementar año tras año la visita de turistas nacionales y extranjeros.

### 7.5. Impacto General

Tabla N° 82. Impacto General

ANÁLISIS NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto Social							X	3
Impacto Económico						X		2
Impacto Ambiental					X			1
Impacto Turístico						X		2
TOTAL					1	4	3	8

Elaborado por: La Investigadora

$$\text{Sumatoria} = 6$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

El impacto general es impacto positivo medio, cuyo resultado proviene de la sumatoria de los impactos antes mencionados, lo que nos indica que se debe poner en marcha el proyecto.



## **CONCLUSIONES**

Mediante el estudio se pudo determinar que Mira carece de espacios recreativos adecuados, que permitan desarrollar actividades de sano esparcimiento al aire libre para todos sus habitantes.

La implementación del presente proyecto es factible porque de acuerdo al estudio realizado se puede observar que existe una gran acogida para este tipo de servicios lo que se constituye una fortaleza para el presente estudio

El proyecto es factible, porque al realizar el estudio financiero se pudo determinar que es rentable, ya que cada uno de los indicadores financieros resultaron favorables, demostrando así que se puede cubrir los gastos y obtener utilidades.

Es importante implementar este proyecto porque permitirá la creación de nuevas fuentes de empleo para los pobladores de Mira, generando mayores ingresos y por ende contribuirá a mejorar las condiciones de vida de la población.

Con el presente estudio se presenta una nueva actividad económica innovadora, que satisfaga las necesidades recreativas de mira, además de contribuir con el desarrollo del turismo del sector, atrayendo nuevos visitantes para que conozcan las riquezas naturales y culturales que posee esta ciudad.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los posibles inversionistas que desarrollen este proyecto, para que los habitantes puedan acceder a espacios recreativos y de esparcimiento para la familia.

Cuando se implemente el proyecto se recomienda que se realice estudios de mercado constantes con el fin de informarse de los cambios y los nuevos requerimientos de los clientes para prestar un mejor servicio.

Se recomienda desarrollar estrategias de marketing creativas, con la finalidad de dar a conocer los diferentes servicios que oferta el centro recreativo y así poder captar la atención de los clientes y llegar a las metas económicas y financieras establecidas en el presente proyecto.

Se recomienda siempre aceptar las sugerencias de los empleados y de los clientes para conocer sus gustos y necesidades, para de esta manera implementar nuevos servicios que cumplan con las expectativas del cliente.

Se recomienda la puesta en marcha, a quien corresponda, ya que busca generar nuevas alternativas de uso de los recursos naturales, tratando de aprovechar el agua de riego que existe en el sector, para uso del centro recreativo, con el fin de reducir el impacto ambiental que este genera.

## Bibliografía

- BELIO, José y SAINZ, Ana. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid: Especial Directivos.
- CHILQUINGA, Manuel. (2007). *Costos*. Ecuador: Graficolor.
- Comisión Nacional de Medio Ambiente . (2009).
- CORDOBA, Marcial. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- es.wikipedia.org. (18 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio>
- ESPINOZA, Jiménez. (2009).
- FLÓREZ, Julio. (2007). *Como crear y dirigir la nueva empresa*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- GARCÍA, Mariola. (2008). *Las claves de la publicidad*. España: Esic Editorial.
- Jácome. (2005).
- LAPETRA, Susana. (2010). *Ocio deportivo de la naturaleza*. España: Prensas universitarias Zaragoza.
- MEZA, Jhonny. (18 de Marzo de 2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe ediciones. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- MORA, Araceli. (2008). *Diccionario de contabilidad, auditoría y control de gestión*. Madrid - España: Del economista.
- MURCIA, Jairo. (2009). *Proyectos, Formulación y criterios de Evaluación*. México: Grupo Editos S.A.
- PALMA, Luis. (2010). *Diccionario de teoría económica*. Madrid: El Economista.
- SAPAG, N. (2007). *Preparación y Evaluación de Proyectos*,. México: MCGraw.
- Varela. (2010). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. s/c: MCGraw Hill Interamericana S.A.
- ZAPATA, Pedro. (2008). *Contabilidad General*. S/C: McGraw - Hill.

## **Lincografía**

- [www.consumoteca.com](http://www.consumoteca.com/diccionario). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.consumoteca.com/diccionario>
- [www.e-conomic.es](http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-gastos-constituicion-primer-establecimiento). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-gastos-constituicion-primer-establecimiento>
- [www.icesi.edu.co](http://www.icesi.edu.co). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.icesi.edu.co>
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional>
- [www.univo.edu.sv](http://www.univo.edu.sv). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.univo.edu.sv>
- [www.univo.edu.sv](http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/013445/013445_Cap2.pdf). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de [http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/013445/013445\\_Cap2.pdf](http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/013445/013445_Cap2.pdf)
- [www.univo.edu.sv](http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/013445/013445_Cap2.pdf). (18 de Marzo de 2014). Obtenido de [http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/013445/013445\\_Cap2.pdf](http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/013445/013445_Cap2.pdf)

**ANEXOS**

## Anexo 1. Encuesta Aplicada a los Cabezas de Familia

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

# CUASTIONARIO

1. Considera que el cantón mira debe tener un lugar recreativo cerca de la zona urbana.  
Si ( ) No ( )
2. ¿En qué lugar de mira considera adecuado construir un centro recreativo?  
LA PORTADA ( ) PUEBLO VIEJO ( )  
LAS PARCELAS ( ) OTRO ( )  
INGRESO A MIRA ZONA NORTE ( )
3. ¿Qué tipo de comida se debe ofertar en el centro recreativo?  
COMIDA RÁPIDA ( ) COMIDA TIPICA ( )  
COMIDA DIETETICA ( ) OTRO ( )
4. ¿En el centro recreativo se debe disponer de un lugar especial para las personas denominadas adultos mayores?  
Si ( ) No ( )
5. ¿En el centro recreativo se debe exponer las artesanías del cantón mira?  
Si ( ) No ( )
6. ¿Cada que tiempo asistiría usted y su familia al centro recreativo?  
DOS VECES A LA SEMANA ( ) (FINES DE SEMANA ( )  
CADA QUINCE DÍAS ( ) UNA VEZ AL MES ( )  
UNA VEZ EN SEMESTRE ( ) OCASIONALMENTE ( )

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio en el cual disfrutará de un ambiente acogedor?

4 DÓLARES ( )

5 DÓLARES ( )

6 DÓLARES ( )

7 DÓLARES ( )

8. ¿Cuál de los criterios siguientes considera fundamental para asistir al centro recreativo?

PRECIO DE LOS PRODUCTOS QUE SE OFERTAN ( )

UBICACION DE LUGAR RECREATIVO ( )

LA VARIEDAD DE JUEGOS INFANTILES ( )

PRESENTACION DE GRUPOS ARTISTICOS ( )

PRESENTACION DE GRUPOS DE DANZA ( )

CALIDAD DEL SERVICIO ( )

**Muchas Gracias**

## Anexo 2. Encuesta aplicada a los Turistas de Mira

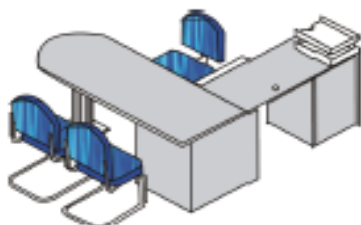
1. Considera que el cantón Mira debe tener un lugar recreativo cerca de la zona urbana.  
Si ( ) No ( )
2. ¿Qué tipo de comida se debe ofertar en el centro recreativo?  
COMIDA RÁPIDA ( )  
COMIDA TIPICA ( )  
COMIDA DIETETICA ( )
3. ¿En el centro recreativo se debe exponer las artesanías del cantón Mira?  
Si ( ) No ( )
4. ¿Cada que tiempo asistiría usted y su familia al centro recreativo?  
FINES DE SEMANA ( )  
CADA QUINCE DIAS ( )  
UNA VEZ AL MES ( )  
UNA VEZ EN SEMESTRE ( )  
OCASIONALMENTE ( )
5. ¿Con qué tipo de personas realiza turismo?  
FAMILIA ( )  
AMIGOS ( )  
COMPAÑEROS DE TRABAJO ( )  
INSTITUCIONES EDUCATIVAS ( )



6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio en el cual disfrutará de un ambiente acogedor?
- 4 DÓLARES ( )
- 5 DÓLARES ( )
- 6 DÓLARES ( )
7. ¿Cuál de los criterios siguientes considera fundamental para asistir al centro recreativo?
- PRECIO DE LOS PRODUCTOS QUE SE OFERTAN ( )
- UBICACIÓN DEL LUGAR RECREATIVO ( )
- LA VARIEDAD DE JUEGOS INFANTILES ( )
- PRESENTACION DE GRIUPOS ARTISTICOS ( )
- PRESENTACION DE GRUPOS DE DANZA ( )
- CALIDAD DEL SERVICIO ( )

Gracias

### Anexo 3. Proforma Muebles de Oficina



**MODULARES**  
**VASQUEZ MANTILLA TATIANA ELIZABETH**  
 SISTEMAS MODULARES PARA OFICINA  
 PUPITRERIA, SILLETERIA, SILLONERIA, DIVISIONES MODULARES  
 RUC: 1003009675001

Ibarra, 01 de Octubre del 2013  
 Pro forma # 0001075

Señorita  
**ROSA CARRERA**  
 Ciudad.

#### COTIZACIÓN

	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
<b>ESTACION DE TRABAJO EJECUTIVA</b>	3	235,00	705,00
- Medidas: 150 x 150cm.			
- Superficie de trabajo en melaminico 25mm.			
- Bordos cubiertos con canto duro termo fundido			
- Cajonera metálica 3 gavetas. porta teclado corredizo			
- Soportes y faldón metálicos			
<b>ESCRITORIO MODULAR 107X60 CM</b>	1		75,00
- Superficie de trabajo en melaminico 25mm.			
- Bordos cubiertos con canto duro termo fundido			
- Porta CPU bajo			
- Faldón frontal en melaminico decorativo, pasa cables			
<b>ARCHIVADOR METALICO 4 GAVETAS</b>	2	180,00	360,00
- Estructura metálica pintura al horno			
- Frente decorativos en melaminico			
<b>ANAQUEL MODULAR STANDARD</b>	1		195,00
- Medidas: 180 x 90 x 40			
- Estructura en melaminico decorativo 19mm.			
- Puertas batientes con chapa de seguridad			
<b>SILLA VISITA SENSE</b>	6	35,00	210,00
- Base tubular pintura al horno			
- Espaldar y asiento anatómicos			
<b>SILLA FOCUS CON BRAZOS</b>	3	85,00	255,00
- Espaldar semi reclinable			
- Base 5 puntas con garruchas, regulación de altura neumática			
- Espaldar y asiento anatómicos tapizados en cuerina negra			
		<b>SUMAN USD \$</b>	<b>1,607.14</b>
		<b>IVA 12% \$</b>	<b>192.86</b>
		<b>TOTAL USD \$</b>	<b>1,800.00</b>

#### CONDICIONES COMERCIALES

**FORMA DE PAGO** : **INICIAL 70% PARA ENTREGA 30%**  
**PLAZO DE ENTREGA** : **8 DIAS LABORABLES**

**TATIANA VASQUEZ**  
**FAVEN MODULARES**

Show Room Ibarra: Oviedo 11-13 entre Jaime Rivadeneira y Luis Cabezas Borja Telf. : 5001109  
 Fabrica: Marco Tulio Hidrobo y Hernán González de Saa Cel. 098 7601096/ 098 7602456 / 098 7604229

#### Anexo 4. Proforma de Mobiliario de Restaurante

**IMBACENTRO**   
RUC: 0400873600001

Cliente...: ROSA CARRERA  
RUC.....: 0401782370  
Dirección: IBARRA  
Tel.....: 00-000-000

Vendedor.....: PICA  
Fec.Emisión....: 30/09/2013  
Fec.Vencimiento: 30/09/2013  
Control Interno: 00000157

7861024926898	SILLA PORTUGAL BLANCA	60.00	5.98	358.80
7861184944965	MESA CAPRYSA BLANCO	12.00	18.75	225.00

SEISCIENTOS CINCUENTA Y TRES CON 86/100 DOLARES	Descuento:	0.00
	Subtotal IVA 12%:	583.80
	IVA 12%:	70.06
	Total:	653.86

## Anexo 5. Proforma de Equipo de Producción

### COMERCIAL SALAS SEVILLA

RUC: 1091711837001  
DIRECCION: AV MARIANO ACOSTA 13 46 Y FRAY VACAS GALINDO  
TELEFONO: 2 610 004

#### PROFORMA

NOMBRE ROSA CARRERA  
RUC: 040176237-0  
DIRECCION: LUIS VARGAS TORRES  
TELEFONO: 2 609 188  
FECHA: 23 SEPTIEMBRE 2013

CANT	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	REFRIGERADOR ELECTROLUX MODELO ERT397	459.82	459.82
1	REFRIGERADOR ELECTROLUX MODELO ERT447	598.21	598.21
1	CONGELADOR ELECTROLUX MODELO B0108NEHW	500.00	500.00
1	VITINA ECASA MODELO HIMALAYA 163	879.46	879.46
LA PRESENTE TIENE UNA VIGENCIA DE 8 DIAS		Subtotal	2,437.50
		12% IVA	292.50
		Total	2,730.00

DEPOSITOS: CUENTA CORRIENTE  
BANCO PROMERICA CUENTA # 102683124-7 NOMBRE: COMERCIAL SALAS SEVILLA  
RUC: 109171183701

